POSGUERRA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA [1939-1959]

MINISTERIO DE CULTURA

Ministra
Carmen Calvo

Subsecretario de Cultura
Antonio Hidalgo

SOCIEDAD ESTATAL DE CONMEMORACIONES CULTURALES

Presidente
José García-Velasco

Gerente
Ignacio Ollero Borrero

Director Financiero
Juan Carlos Gómez Condado

Directora de Proyectos
Carlota Álvarez Basso

Directora del Gabinete del Presidente
Amaya de Miguel Sanz

Jefa de Prensa y Comunicación
Rosa Valdelomar Martínez-Pardo

Consejo de Administración

Presidente
José García-Velasco

Vocales
Concepción Becerra Bermejo
Rogelio Blanco Martínez
Javier Burgos Belascoaín
Fernando Escribano Mora
José Aurelio García Martín
José Ramón González García
Sixto Heredia Herrera
Adoración Herrador Carpintero
José Luís Martín Rodríguez
Ana Martínez de Aguilar
José Luís Pérez Iriarte
Mercedes Reig Gastón
María Jesús Rodríguez de Sancho
Francisco Javier Sandomingo Núñez
Alberto Valdivieso Cañas

Secretario
Manuel Esteban Pacheco Manchado

CÍRCULO DE BELLAS ARTES

Presidente
Juan Miguel Hernández León

Director
Juan Barja

Subdirector
Javier López-Roberts

Coordinadora Cultural
Lidija Sircelj

EXPOSICIÓN

organizan
Círculo de Bellas Artes
Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales

comisaria
Susana Sueiro Seoane

asesoramiento técnico
Javier Gil

área de artes plásticas del cba
Laura Manzano
Eduardo Navarro
Camille Jutant
José Aniorte

seguros
Stai / Vihaso

transportes
Acruna

montaje
Departamento Técnico del CBA

CATÁLOGO

área de edición del cba
Jordi Doce
Elena Iglesias Serna
Paula Santamariña
Eva Sala

diseño
Estudio Joaquín Gallego

maquetación
María Lago y Saúl de la Aldea Díaz (EJG)

fotomecánica e impresión
Da Vinci

© de la presente edición,
Círculo de Bellas Artes, 2007
Alcalá, 42. 28014 Madrid
www.circulobellasartes.com
Sociedad Estatal
de Conmemoraciones Culturales, 2007
Fernando el Santo, 15. 28010 Madrid
www.secc.es
© de los textos: sus autores
© de las piezas: sus propietarios
© captura y tratamiento digital de las imágenes de prensa: Javier Gil

© fotografías de las obras, Pedro Laguna, Archivo General de la Administración (Alcalá de Henares), Hemeroteca Municipal de Madrid

Los editores han hecho todo lo posible para identificar a los propietarios de los derechos intelectuales de las reproducciones recogidas en este catálogo. Se piden disculpas por cualquier posible error y omisión, que quedará automáticamente subsanado en siguientes reediciones.

isbn 13: 978-84-86418-95-3
dep. degal:

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos a prestadores

El Círculo de Bellas Artes y La SECC quieren expresar su agradecimiento a aquellas instituciones y particulares que con sus préstamos han hecho posible esta exposición, así como a aquellas que han preferido quedar en el anonimato.

Archivo General de la Administración, Alcalá de Henares
Hemeroteca Municipal, Madrid
Javier Puerto
Carlos Velasco

Agradecimientos a colaboradores

El Círculo de Bellas Artes y la SECC quieren dejar constancia de su reconocimiento a aquellas instituciones y particulares que han colaborado en esta exposición, en concreto al director y al personal de la Hemeroteca Municipal de Madrid y muy en especial a Cristina Antón.

Posguerra: Publicidad y Propaganda [1939-1959]

Carmen Calvo
Ministra de Cultura

La exposición «Posguerra: publicidad y propaganda. 1939-1959», organizada por el Círculo de Bellas Artes y el Ministerio de Cultura, a través de la Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales, ofrece al público una visión de la vida cotidiana de los españoles durante los primeros veinte años del franquismo. Su originalidad reside en que este período no se analiza en función de los hechos que se evocan sino a través de los soportes utilizados para contar la historia: las imágenes de la publicidad y de la propaganda. El mensaje que transmiten las imágenes y los textos que las acompañan –leyendas, eslóganes, lemas o consignas– refleja la sociedad y la política de aquellos años, por más que las piezas publicitarias muestren una imagen de la vida cotidiana más cómoda y alegre de lo que lo fue para una gran mayoría de los españoles.

Los temas sociales que aparecen tratados, los primeros años de la «revolución nacional-sindicalista», el giro nacional católico, el papel de la mujer y las relaciones de género, las condiciones de vida, la sanidad, la economía, las relaciones laborales, el lujo y las diversiones en la época del estraperlo, la cultura popular, los inicios de la sociedad de consumo... son, en definitiva, un recorrido por la reciente historia de España, desde la época del aislamiento y la autarquía, hasta la paulatina apertura al exterior, ya en los cincuenta.

Quiero felicitar a todos los que han contribuido a que esta exposición sea una realidad. A la SECC y al Círculo de Bellas Artes que la han organizado, al Archivo General de la Administración y a la Hemeroteca Municipal de Madrid, que han cedido obras, a los coleccionistas particulares, que con su tesón han ido haciendo acopio de nuestra memoria gráfica, y por supuesto a la comisaria de la muestra, la profesora Susana Sueiro, que ha realizado una exhaustiva labor de búsqueda de imágenes y textos publicitarios y propagandísticos, rescatando así una parte olvidada del patrimonio cultural de los españoles.

La Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales se embarca una vez más en un proyecto junto al Círculo de Bellas Artes, esta vez para recuperar un periodo de la historia de España que, si bien a los más jóvenes les resulta algo desconocido, a los mayores les evocará más de un recuerdo. La historiadora Susana Sueiro, comisaria de la exposición, ha rescatado del olvido más de trescientas piezas de publicidad de los años cuarenta y cincuenta, carteles de productos comerciales, anuncios de convocatorias religiosas o campañas políticas del régimen que, por su naturaleza, estaban destinados a ser efímeros y a desaparecer pronto. Se realizaban en papel de mala calidad, más aún en las condiciones de extrema penuria económica de aquellos tiempos, y se colocaban en las calles, en los escaparates de las tiendas, en los tranvías, en las puertas de las iglesias y hasta en los urinarios públicos. La exposición incluye también artículos de prensa de diarios y revistas de aquellos años donde se publicaban anuncios que hoy conforman el imaginario colectivo de toda una generación de españoles. La exposición recupera parte de nuestra memoria gráfica a través de una cuidada selección de documentos, muchos de ellos inéditos, que se convierten en «arqueología» de una época en que no había televisión.

La selección de piezas no pretende mostrar el aspecto artístico o estético de estos diseños, por más que los autores de muchas de ellas sean excelentes y conocidos ilustradores o cartelistas, ni analizar el fenómeno publicitario o las estrategias de comunicación comercial; se han elegido en tanto en cuanto son reflejo de la sociedad y del discurso político de la España de aquellos años. Es una mirada retrospectiva a una España, afortunadamente muy distinta de la actual, que salía de una terrible guerra civil y se adentraba en un tiempo de silencio para muchos, con una primera década, la de los cuarenta, de duras privaciones y racionamiento para la mayoría y una segunda, la de los cincuenta, década «bisagra» en que poco a poco mejoraron las condiciones de vida de la población.

Si todos estos testimonios gráficos que aquí se muestran han conseguido perdurar ha sido gracias a determinadas instituciones y particulares a los que queremos agradecer que hayan preservado una parte de la cultura del país. Gracias al Archivo General de la Administración, donde se guarda la documentación del aparato franquista de prensa y propaganda, que sometió a estricta censura a los medios de comunicación y por tanto también a la publicidad. Gracias también a la Hemeroteca Municipal de Madrid, que conserva la mejor colección de prensa histórica española, y al afán coleccionista de algunos, como Javier Puerto en el ámbito de la publicidad farmacéutica y Carlos Velasco, sin cuya aportación esta exposición no habría tenido lugar. Por último, queremos agradecer el trabajo de la comisaria, que ha abordado el análisis de una etapa de la historia de nuestro país con el rigor y el distanciamiento intelectual propio de un historiador.

Juan Miguel Hernández León
Presidente del Círculo de Bellas Artes

El Círculo de Bellas Artes de Madrid tiene el placer de presentar en esta amplia exposición una innovadora visión de la sociedad y la política española de los años cuarenta y cincuenta a través de testimonios gráficos de la publicidad y la propaganda de la posguerra.

A diferencia de otras muestras de este tipo, la presente selección no se centra en el valor artístico de lo expuesto, tampoco en el estudio de las estrategias comerciales ni en un recuerdo nostálgico de décadas pasadas, sino que el objetivo es mostrar la sociedad española de aquellos años a través de la mirada publicitaria.

En una primera etapa, tras la guerra civil y la victoria de Franco, la propaganda política y la publicidad comercial estuvieron estrechamente ligadas, y muchos de los anuncios de la época incluyen mensajes de propaganda política junto a los propiamente comerciales. Fueron años en los que el régimen impuso una política autárquica por medio de la cual el nacionalismo económico, la exaltación y defensa a ultranza del producto nacional o el desprecio de lo foráneo son muy visibles en la publicidad de todo tipo de productos que se anuncian como netamente españoles; serán años en que hasta las imágenes publicitarias deberán pasar por las manos de los censores, y en los que a menudo se ofrece, o bien una imagen artificial de la vida cotidiana que dista mucho de la realidad de la posguerra o, por el contrario, se afronta la situación de carestía general anunciando productos de bajo coste como los sucedáneos alimenticios. También tendrán su lugar en el espectro publicitario aspectos cotidianos de la población como el transporte, el trabajo y la salud.

La segunda etapa, coincidiendo con la década de los cincuenta, se caracteriza por una tímida apertura al exterior con la consiguiente liberalización de las costumbres; esto se percibe claramente en la publicidad que se moderniza y sigue los modelos americanos. Los grandes almacenes inaugurados ya en los años cuarenta en la madrileña calle de Preciados lanzaron potentes campañas publicitarias dentro de una sonada lucha por atraer al mayor número de clientela, utilizando reclamos como la elegancia, el buen gusto, etcétera. También serán abundantes las imágenes publicitarias de los centros del ocio nocturno como las boîtes y las coctelerías, que gozaron rápidamente de la aceptación popular que ya tenían espectáculos como el cine o los deportes.

A su vez, en la publicidad se reflejarán las nuevas convenciones sociales impuestas por el régimen franquista. Así, el papel de una mujer sumisa y confinada en su hogar sintonizará con la plasmación en imágenes de un ama de casa complaciente y conforme con su situación. Por otro lado, en gran cantidad de anuncios veremos reflejados ciertos estereotipos de la cultura popular nacional en forma de toreros, gitanas, etcétera.

En definitiva, la exposición que con orgullo acoge esta casa nos muestra una época no tan lejana por medio de unos excepcionales testimonios que hoy nos pueden resultar llamativos y extraños, pero que formaron parte de la vida cotidiana de los españoles durante un largo periodo de tiempo.

Posguerra: Publicidad y Propaganda [1939-1959]

Edición de **Susana Sueiro**

fotos
NUMERO ESPECIAL DE
AÑO NUEVO
1'50 pts

Susana Sueiro Seoane

La Posguerra en imágenes

A la memoria de Javier Tusell,
que me ha inspirado en su doble faceta de historiador
del franquismo y comisario de exposiciones.

Nuestro propósito a lo largo de estas páginas es mostrar, a través de los testimonios gráficos de la publicidad y la propaganda de la posguerra española, cómo era la sociedad y la política de los años cuarenta y cincuenta. Tras la victoria de Franco en la guerra civil, el nuevo régimen vivió una primera etapa filofascista, de pretensiones totalitarias, que duró aproximadamente hasta el final de la segunda guerra mundial. Fue en esta época cuando la propaganda política y la publicidad comercial estuvieron más estrechamente interrelacionadas, hasta el punto de que, en muchas ocasiones, resultan difícilmente separables: los mensajes de la publicidad son los lemas propagandísticos de la dictadura. El periodo que nos hemos propuesto abarcar concluye en 1959 con el Plan de Estabilización que el gobierno puso en marcha ese año, plan que simboliza el fin del sueño autárquico y el inicio de una nueva etapa de prolongado crecimiento económico en un contexto internacional de expansión y aceleración del cambio tecnológico.

Entre 1939 y 1959 transcurren en España dos largas décadas. La primera, la de los años cuarenta, de duras privaciones y carencias; y la segunda, la de los cincuenta, de transición en la que, con el fin del aislamiento internacional del régimen y la implantación de algunas medidas económicas liberalizadoras, fueron mejorando lentamente las condiciones de vida de los españoles. El nuevo escenario internacional de guerra fría fue un auténtico golpe de suerte para Franco. La reacción anticomunista de los Estados Unidos llevó a una progresiva normalización de las relaciones con la España franquista, la cual supo explotar muy bien, a través de la propaganda oficial, el papel de España como "centinela de Occidente" en la lucha contra el comunismo. La evolución experimentada por el régimen franquista en los años cincuenta, caracterizada sobre todo por una tímida apertura al exterior, que a su vez trajo consigo una paulatina liberalización de las costumbres, es claramente perceptible en la publicidad, que se moderniza y "americaniza". Todo ello es lo que pretendemos mostrar aquí, a través de diez apartados temáticos y cronológicos a cada uno de los cuales dedicaremos unas líneas.

Fotos, número especial
de Año Nuevo, enero de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

Cartel, 1939 88,5 x 64,2 cm
Colección Carlos Velasco

1. ¡Arriba España! La revolución nacional-sindicalista

En los primeros años del franquismo fue necesario exteriorizar la adhesión al régimen. Un régimen que clasificó a la población en adictos, indiferentes y desafectos, y que exigía constantes expresiones de apoyo y lealtad si se quería evitar aparecer en la lista de sospechosos. Teniendo en cuenta que la "desafección" al nuevo régimen podía suponer depuración, cárcel e incluso la pena de muerte, no es difícil comprender que todo el mundo se apresurase a mostrar fidelidad a los nuevos gobernantes. Bien fuese por convicción o por obligación, los anunciantes incluyeron de forma explícita mensajes políticos propagandísticos, saludos y bienvenidas a Franco, así como alusiones patrióticas en los días en que se conmemoraba la "liberación" de cada ciudad y en otras celebraciones rituales como el día de la Victoria, el día del Caudillo, la fiesta de la Hispanidad, el día del Estudiante Caído, etcétera.

Perfumerías, corseterías, mantequerías, bares, cervecerías, cafés, restaurantes, almacenes de tejidos, librerías, bancos, compañías de seguros..., todos saludaron en sus anuncios al insigne e invicto Caudillo, salvador de la Patria, y a su glorioso Ejército Nacional, al grito de "¡Viva España!, ¡Viva Franco!, ¡*Arriba* España!", brazo en alto, en el resurgir de la España "Una, Grande y Libre". "¡Ha entrado la Nueva España, la España imperial!", se lee en muchos de estos anuncios. Los símbolos, la retórica, las invocaciones épicas de los vencedores inundan la publicidad comercial, que se convierte en una variante de la propaganda política. Los anuncios de "saludas" que se incluyen en este volumen–que recogen los clamores y lemas que se gritan por todos lados: "¡*Arriba* España!", "Por Dios, España y su revolución nacional-sindicalista", "Franco, Franco, Franco"...– no son más que una pequeña muestra de un fenómeno muy general que llena las páginas de todas las publicaciones en aquellos primeros tiempos del franquismo.

Fue tal la intromisión de la España Nacional en las diferentes esferas sociales, tal la politización de la vida social durante la primera fase nacional-sindicalista del franquismo, que los anuncios y carteles comerciales fueron en muchas ocasiones simples deri-

A

B

C

vados del cartel político. El régimen de Franco vivió entre 1939 y 1943 una etapa de euforia totalitaria. La doctrina nacional-sindicalista, creada por José Antonio Primo de Rivera, se convirtió en el fundamento del nuevo Estado español. Franco utilizó la glorificación de la figura de José Antonio, ejecutado en la cárcel de Alicante en 1936 –el Héroe, el Ausente, el Mártir–, para legitimar el Alzamiento. El decreto de Unificación de 1937 había convertido a la Falange en el partido oficial y único, cambiando su nombre para reflejar su fusión con el otro principal partido de la derecha, el partido carlista o tradicionalista. En adelante sería FET y de las JONS y su máximo jefe, Franco, el Caudillo, salvador de España en la victoriosa Cruzada. Los símbolos, las canciones, la liturgia de Falange, utilizados profusamente por el bando franquista durante la guerra civil, siguieron siendo elementos fundamentales del machaqueo propagandístico de la "Nueva España".

La iconografía oficial del nuevo Estado sería explotada hasta la saciedad. En primer lugar, la bandera nacional bicolor, roja y gualda, "los dos colores benditos, sin mezcla de morado alguno",

D

A
Vértice, mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Vértice, marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Vértice, marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Vértice, mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Cartel, 1939. 70 x 97,5 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartoncillo, 1939. 17 x 33 cm
Colección Carlos Velasco

A

B

C

D

C
Hoja de propaganda, 1939.
54 x 38,5 cm
Colección Carlos Velasco

D
Cartel, 1939. 70 x 97,5 cm
Colección Carlos Velasco

A
ABC, 12 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Horizonte,
marzo-abril de 1940, número extra:
"Un año de paz en España".
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

en contraposición al "trapo tricolor", como calificara Juan Ignacio Luca de Tena a la bandera republicana[1]. Otro periodista, más despectivo aún, la calificó de "harapo" frente a la bandera "auténtica", "la de la Unidad española". Junto a la enseña nacional solían aparecer la falangista, roja y negra, y la tradicionalista, blanca con la cruz roja de San Andrés. Eso sí, la bandera española siempre unos centímetros por encima de las otras dos[2]. No sólo los carteles de propaganda del régimen sino también la publicidad comercial se llenó de banderas y de los colores predilectos –sobre todo el rojo y gualda– de los nuevos gobernantes.

Hubo también una abrumadora presencia de los himnos. Un decreto de febrero de 1937 había establecido como himno nacional la Marcha Granadera y otorgó rango de cantos nacionales al Cara al Sol falangista, el Oriamendi carlista y el himno de la Legión. Entre 1939 y 1942, en la publicidad tanto como en la propaganda, aparecen sobre todo los himnos del partido único FET y de las JONS, por su absoluto protagonismo en esos años puesto que Franco, ante lo que parecía una victoria segura del Eje en la contienda mundial, decidió reforzar el componente más fascista del régimen. Un ejemplo es el anuncio de dentífricos Orive (p. 6) en el que, junto al mapa de España, se muestran los signos e himnos falangistas y carlistas.

El ritual del saludo fascista también está muy presente en la publicidad. Un decreto de abril de 1937 había establecido el saludo nacional "constituido por el brazo en alto, con la mano abierta y extendida y formando un ángulo de cuarenta y cinco grados", obligatorio ante el paso de la bandera española o la interpretación del himno y los cantos nacionales. Baste citar como ejemplo, aunque hay otros muchos, el cartel anunciador de las fiestas de Valencia de julio de 1939.

Y, por supuesto, también hay una profusa utilización del escudo oficial con el águila imperial, el yugo y las flechas de los Reyes Católicos y el lema "Una, Grande, Libre". Un decreto de febrero de 1938 estableció con estas palabras el nuevo escudo de España: "El águila que desde Roma viene siendo símbolo de la idea imperial y que figuró en el blasón de España en las épocas más gloriosas de su historia. El haz y el yugo de los Reyes Católicos

[1]
ABC, Madrid (1 de abril de 1939)

[2]
Hemos encontrado una solicitud de autorización de un cartel de propaganda de la Segunda Feria Nacional de Muestras de Zaragoza, de septiembre de 1942, denegada por no haber respetado el orden de prelación de la bandera nacional, del partido y tradicionalista. Véase Archivo General de la Administración (AGA), (3) 48 21/62, C-56-76.

C

D

E

F

G

H

I

J

C
ABC, 16 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
ABC, 16 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 2 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 28 de marzo de 1940, número extra conmemorativo de la liberación de Madrid.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
ABC, 23 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
ABC, 16 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
ABC, 11 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

J
Fotos, 28 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

(entonces, como ahora, emblema de unidad y disciplina), cuya adopción como distintivo constituye uno de los grandes aciertos de nuestra Falange. En la divisa, las palabras 'Una', 'Grande', 'Libre'". Mostramos (pp. 18-19) varios ejemplos del uso del escudo con el águila imperial, como el cartel anunciador de la lotería nacional.

A pesar de que, como señala Sevillano Calero[3] en el texto incluido en este catálogo, se dictaron desde muy pronto, en 1937, medidas restrictivas para evitar el abuso en la utilización como reclamo publicitario de las figuras, símbolos y lemas franquistas, el manejo de la fraseología de los vencedores por parte de las casas comerciales en sus anuncios fue muy habitual en los primeros años del franquismo. Desde luego, el Estado franquista, a través de la censura, revisó y corrigió todos los contenidos difundidos a través de los medios de comunicación, incluidos los publicitarios, con un celo reglamentista impresionante a juzgar por la numerosa documentación conservada en el Archivo General de la Administración (AGA[4]). Hubo una prohibición expresa de utilizar "los nombres de los héroes, mártires y figuras destacadas del Movimiento Nacional como nombres o marcas comerciales, títulos de establecimientos [o] como publicidad"[5]. Hemos podido comprobar que muchas de las solicitudes enviadas a la censura plástica fueron denegadas por pretender utilizar símbolos o emblemas franquistas en productos comerciales, o por no ajustarse a los cánones de pulcritud, elegancia, sobriedad, por ser "de dudoso gusto", etcétera, pero sí se autorizaron otras, en algunos casos porque los solicitantes eran comerciantes importantes, con buenas relaciones con las jerarquías del régimen o probada lealtad al mismo. Un ejemplo claro es el vino, muy anunciado, de González Byass, "Imperial Toledo, vino de héroes", en referencia al asedio, en 1936, de la fortaleza toledana del Alcázar, uno de los grandes mitos de la Cruzada, la gesta quizás más representada en la iconografía franquista[6]. Se autorizaron también los anises "Viva España", cuya etiqueta era una bandera nacional, solicitado por un fabricante de Soria, y el anís "Bandera Española", de Córdoba. En cambio, se prohibió el "Coñac Generalísimo", cuya etiqueta reproducía una foto de Franco con fajín y bastón de General[7]. Fueron denegadas, asimismo, las peticiones de F. de Castillo Baquero, de Sevilla, para una etiqueta con la inscripción "El Caudillo, vino de la Victoria", con silueta de Franco; la de Alfonso Orlando, de Santoña (Santander), para usar el escudo nacional y la bandera española en sus latas de conservas de pescado (julio de 1943) [8], así como la de una panificadora de Valladolid para usar la imagen del castillo de la Mota, casa matriz de la Sección Femenina. Desde Málaga, un fabricante de carame-

[3]
Es autor de *Propaganda y medios de comunicación en el franquismo*, Alicante, Universidad de Alicante, 1998.

[4]
AGA, Sección de Censura del Servicio Nacional de Propaganda integrado en la Vicesecretaría de Educación Popular de la Secretaría General del Movimiento.

[5]
Orden de 29 de octubre de 1937 (BOE del 2 de noviembre) que se recuerda en las "Instrucciones sobre censura de insignias, emblemas, nombres de héroes, mártires y figuras destacadas del Movimiento Nacional, rotulación de calles, plazas, etcétera, e iniciativas de estatuas y monumentos" de la Delegación Nacional de Propaganda de la Vicesecretaría de Educación Popular, de 21 de octubre de 1942. AGA, (3) 60 21/806.

[6]
Véase el expediente en AGA, (3) 48 21/62. La gesta del Alcázar dio también nombre a un diario de la noche y a muy diversos establecimientos comerciales como una sombrerería, una fábrica de cervezas o un cine.

[7]
Todos estos expedientes de solicitud y autorización o denegación se encuentran en la sección de Cultura del AGA, éstos, en concreto, en el legajo 1364.

[8]
Véase AGA, (3) 48 21/64.

los, peladillas y grageas pidió que le dejaran seguir vendiendo los caramelos "Salvación" y "Requeté", con reproducción de banderas, emblemas, himnos y canciones patrióticas, que en su día le habían autorizado al ser "liberada nuestra Capital de la dominación roja".

Muchas tiendas de papelería y objetos de escritorio solicitaron autorización para vender artículos de propaganda nacional. Algunas tuvieron más suerte que otras. A "Ramón Gavín, Artículos de Reclamo y Propaganda", de Zaragoza, le dejaron vender placas con el escudo nacional y el águila imperial, con cuatro óvalos en los que figuraban las fotografías de Franco, Hitler, Mussolini y Oliveira Salazar, y asimismo se le autorizó la venta de cortaplumas con la foto de Franco, aunque se le pidió que cambiara la foto por otra "más moderna y autorizada", lo que el fabricante se apresuró a subsanar enviando "una reproducción fidelísima de la fisonomía de S. E. el Generalísimo Franco"[9]. A la casa de reclamos Jules Gerzón también se le autorizó una placa-calendario con escudo nacional y "medallón con la vista del simbólico Alcázar toledano".

C

D

E

F

A
Arriba, 26 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 23 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 12 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
ABC, 23 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 23 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 5 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[9]
Véase AGA, (3) 60- 21/1364.

A
ABC, 19 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Ya, 27 de junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española,
12 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

En su escrito, dirigido al Delegado Nacional de Propaganda, el solicitante se despedía con la frase: "Atentos siempre a su resolución, saludamos brazo en alto, por Dios, España y su Revolución Nacional-Sindicalista"[10]. Un cartel con el retrato de Calvo Sotelo para ser mostrado en los escaparates de las tiendas fue autorizado, aunque con la reserva de que se suprimiese del rótulo la alusión al cargo y partido político en que militó (en efecto, como podemos ver, la petición se devolvió con la consabida tachadura en lápiz rojo)[11].

[10]
El expediente completo puede verse en AGA, (3) 48 21/63.

[11]
Véase AGA, (3) 48 21/64.

En cualquier caso, a pesar de la gran cantidad de solicitudes denegadas, las páginas de los periódicos aparecieron plagadas de publicidad que utilizaba nombres y eslóganes alusivos a la España nacional victoriosa: "triunfal", "invicto", "victoria", "Patria", "Patria hispana", "18 de Julio", "Cruzada"... y, por supuesto, "imperial" e "imperio", vocablos que proliferaron al mismo tiempo que Franco afirmaba la voluntad imperial de España[12].

La profusión de lo "imperial" es especialmente llamativa. La ideología imperialista fue un elemento esencial del primer franquismo: "tenemos vocación de Imperio", "aspiramos al Imperio", afirmaban las jerarquías del régimen. España debía recuperar su gran misión histórica, su "destino en lo universal", según frase de José Antonio. La épica imperial caló también en la publicidad: el Hotel Inglés de la calle Echegaray de Madrid pasó a denominarse Hotel Imperio. El cine madrileño Madrid-París se transformó en cine Imperial.

D

E

F

No es extraño, como nos recuerda Rafael Abella, que la agencia de publicidad que puso en circulación muchos de esos "anuncios-propaganda" se llamase también Imperio[13]. Transportes Imperio, corsetería La Imperio, perfumería Imperio, zapatos La Imperial, tintes Imperio, garaje Imperial, galletas Imperial, agua Imperial, Imperial Films, academia Imperio, café o cervecería Imperial... toda una auténtica fiebre imperial que también irrumpió en las consignas: "Por el Imperio hacia Dios".

Y, junto a los nombres, también llegaron a la publicidad los personajes de la "Nueva España" –falangistas, militares, curas– con sus uniformes y sus emblemas. Hay que recordar que durante estos años fueron muy frecuentes las marchas multitudinarias y las concentraciones de masas en las que había que lucir uniforme. Repasando las publicaciones de la época, resulta abrumadora la cantidad de anuncios de tiendas especializadas en uniformes, correajes, cinturones, distintivos de mando, insignias, medallas, condecoraciones, galones, fajas, fajines, charreteras y demás aditamentos y efectos utilizados por todos aquellos personajes uniformados que llenaron las calles en una época de encuadramiento y constantes desfiles y manifestaciones de adhesión al régimen. Insignias metálicas para las solapas, con el yugo y las flechas, con las aspas de Borgoña, con

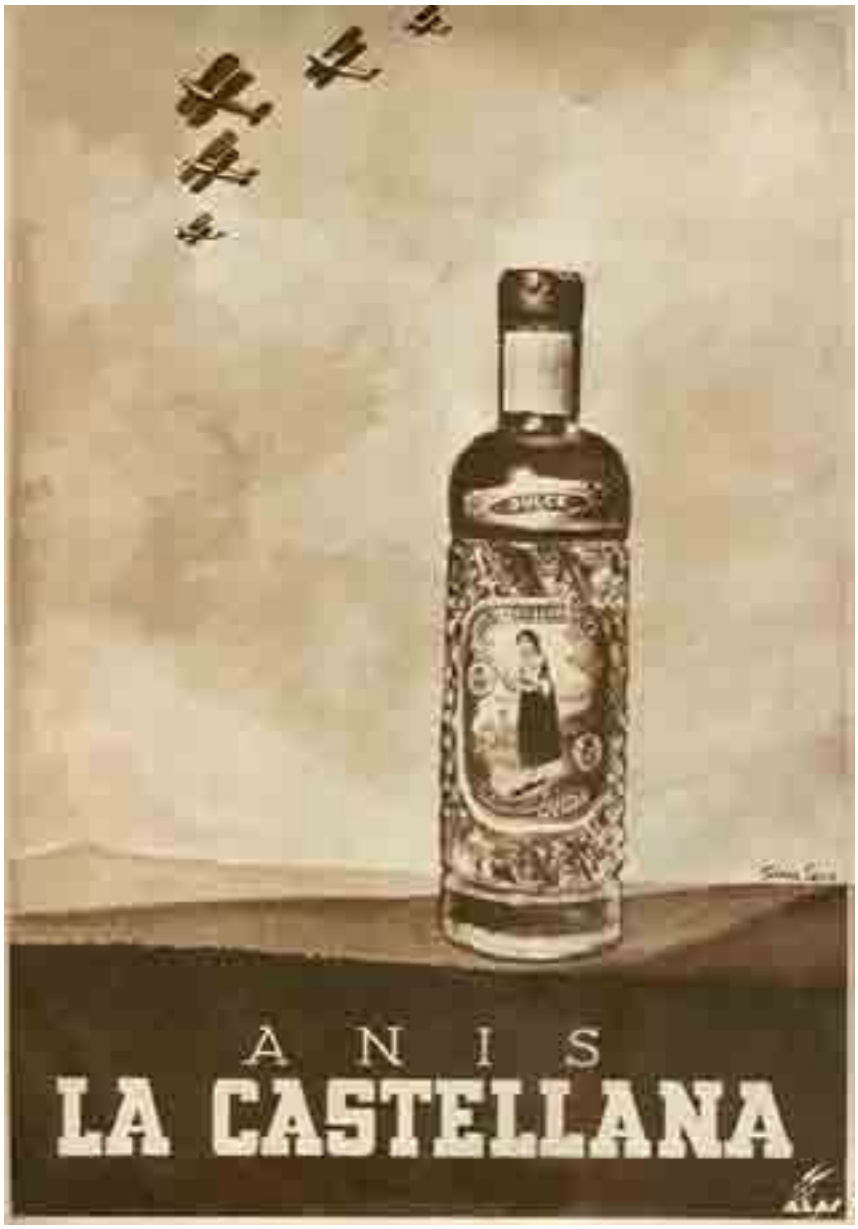
D
ABC, 7 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
La Vanguardia Española,
30 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 8 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[12]
Se pusieron de moda los peinados femeninos muy elevados, con tupé o flequillo enrollado hacia dentro, que se llamaron "Arriba España"; hubo también un cóctel "Arriba España" que se agitaba y ornamentaba con los colores nacionales (una corteza de limón y una guinda). Véase *Arriba* (30 de marzo de 1939), citado por Daniel Sueiro y Bernardo Díaz-Nosty, *op. cit.*, fasc. 1: "El desfile de la Victoria", Madrid, Sedmay, 1977, p. 2.

[13]
Rafael Abella, *Por el Imperio hacia Dios. Crónica de una posguerra, 1939-1955*, p. 23 y pp. 34-35.



A

los colores de la bandera nacional..., escudos de tela para pegar a las ropas, hebillas de cinturón..., de todo ello se vendió muchísimo[14] (p. 7).

Pero, además de sus uniformes y emblemas, los propios personajes –flechas, pelayos y cadetes del Frente de Juventudes, con sus camisas azules falangistas y sus boinas rojas carlistas; militares con sus uniformes, sus botas altas, sus capotes (especie de poncho con cuello de conejo)...– aparecen como protagonistas de anuncios de los más variados productos, desde polvos de talco y flanes para los pequeños flechas y pelayos hasta coñacs, anises y champañas para los brindis por la Patria de los más adultos.

El *Catecismo Patriótico Español* del padre dominico Menéndez-Reigada, declarado texto oficial para las escuelas por orden del Ministerio de Educación Nacional el 1 de marzo de 1939, sintetizaba los principios del régimen que salía vencedor de la guerra civil: "¿Cuáles son las notas o caracteres de España? España por sus notas es: Una, Grande, Libre, católica, imperial y madre de veinte naciones. (...) ¿No hay pues en España división de poderes? En España no hay división de poderes sino unidad de mando y de dirección y, bajo ella, orden y jerarquía. (...) ¿Cuáles son los enemigos de España? Los enemigos de España son siete: el liberalismo, la democracia, el judaísmo, la masonería, el capitalismo, el marxismo y el separatismo".

De lo que el régimen estaba dispuesto a hacer para evitar tales enemigos no cabía ninguna duda, según podía leerse en el mismo Catecismo Patriótico: "Con la gran Cruzada, esos enemigos han quedado vencidos pero no aniquilados; y ahora, como sabandijas ponzoñosas, escóndense en mechinales inmundos para seguir desde las sombras arrojando su baba y envenenando el ambiente, o atraer incautos con ayes lastimeros y cantos de sirena, principalmente la masonería que es como la nodriza de todos los otros. ¿Y qué debe hacer España en ese caso? España no debe dormirse en los laureles, sino vigilar siempre a fin de que no vuelva a ser infiel a Dios ni a sí misma, ni a lo que la sangre de sus mártires reclama"[15].

Los enemigos, los vencidos que no habían partido hacia el exilio (165.000 personas permanecían aún exiliadas en 1945), serían víctimas de una implacable represión. En 1940 unos 280.000 presos se hacinaban en unas cárceles diseñadas para unos 10.000

[14]
Hemos encontrado modelos de insignias y emblemas patrióticos en el AGA, ya que todas las empresas comerciales que quisieran fabricarlos y venderlos estaban obligadas a obtener previamente la autorización de la Delegación Nacional de Propaganda, que sometía todos estos objetos y artículos a censura. Véase AGA, (3) 48 21/ 55-65.

[15]
Catecismo Patriótico Español, Salamanca, Editorial Calatrava, 1939, p. 58, 3ª edición.

B

A
ABC, 19 de mayo de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid. Con esa formación de cazas en el aire, el anuncio recuerda la exhibición aérea del día del desfile de la Victoria, el 19 de mayo de 1939, sobre el cielo de Madrid.

B
Arriba, 18 de mayo de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 19 de mayo de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

reclusos[16]. Según las estimaciones más bajas, la cifra de ejecuciones después de la guerra ronda las 50.000 personas. Fusilamientos, largas condenas de cárcel y torturas policiales constituyen la parte más brutal de la represión del primer franquismo, pero hubo también, en aquellos primeros años, una gran represión "depuradora": expulsiones de empleos, inhabilitaciones profesionales y sanciones diversas para todos aquellos acusados de "desafección" al régimen[17]. "La sociedad de posguerra fue, ante todo, una sociedad reprimida, recluida en un tiempo de silencio."[18]

Parte importante de la erradicación del pasado "antinacional, masónico, judío y marxista" fue la cultura y la educación. Hubo persecución de intelectuales, depuración de maestros, pérdida de cátedras, exilio, sanciones... El expurgo de libros se extendió a escritores que en principio parecerían inocuos para la causa nacional. El 2 de mayo de 1939 una particular "fiesta del libro" en Madrid consistió en la

C

[16]
Carme Molinero, *La captación de las masas. Política social y propaganda en el régimen franquista*, Madrid, Cátedra, 2005, p. 191.

[17]
Véase Carme Molinero y Pere Ysàs, "La dictadura de Franco", en José María Marín, Carme Molinero y Pere Ysàs, *Historia política de España, 1939-2000*, Madrid, Istmo, 2001, p. 28-29.

[18]
Santos Juliá, "Política y sociedad durante el régimen de Franco", en *Sociedad y política almeriense durante el régimen de Franco*, Almería, Instituto de Estudios Almerienses, 2003, p. 11.

A
ABC, 26 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

quema de una montaña de volúmenes: "Con esta quema de libros –explicaba *Arriba*– también contribuimos al edificio de la España Una, Grande y Libre. Condenamos al fuego a los libros separatistas, liberales, marxistas, a los de la Leyenda negra, a los anticatólicos, a los del romanticismo enfermizo, a los pesimistas, a los del modernismo extravagante, a los cursis, a los cobardes pseudocientíficos, a los periódicos chabacanos...". La época republicana se estigmatizó con terribles imágenes sobre la "mugre" roja, la "rapiña" marxista, la España "enfangada en la criminal charca del marxismo", el mito de la anti-España instigado desde el régimen a través de la propaganda. Una muestra es el documento de octubre de 1943 relativo a la campaña contra "la dominación roja" que debía emitirse obligatoriamente por las emisoras de radio.

La cultura española, que había alcanzado su plenitud entre 1900 y 1936, fue cortada de raíz, acusada de ser espuria y extranjera. Entre los más perniciosos virus extranjeros que había que erradicar ocupaba lugar central el liberalismo, causante según Franco de todas las desgracias nacionales. "Democracia, masonería, socialismo, anarquismo, comunismo, separatismo, todos los recientes males de España tenían su fuente en el liberalismo del siglo XIX."[19] El verdadero "espíritu español" había que buscarlo en tiempos remotos, desde la Reconquista hasta el Siglo de Oro. "Nuestros timbres de gloria estaban en Numancia, la Reconquista, los Reyes Católicos, Cisneros, el Descubrimiento de América, la Contrarreforma y Felipe II."[20] El franquismo idealizó especialmente el reinado de los Reyes Católicos, considerado símbolo de la unidad nacional, expresión de la grandeza histórica española, paradigma de las glorias nacionales del pasado. Había sido el momento de "la consumación de la Reconquista, la fundación de un Estado fuerte e imperial, el predominio en Europa de las armas españolas, la unidad religiosa, el descubrimiento del Nuevo Mundo, la iniciación de la inmensa obra misional de España...". De ahí que se adoptase el mismo conjunto heráldico, el escudo con el haz y el yugo, "como testimonio de un momento histórico que se parece a éste que ahora vivimos, en lo difícil de la lucha, en el optimismo triunfante, en los anhelos imperiales", según rezaba el decreto de 2 de febrero de 1938 que había establecido el nuevo escudo de España.

[19]
Santos Juliá, "Sociedad", en José Luis García Delgado (coord.), *Franquismo. El juicio de la historia*, Madrid, Temas de Hoy, 2000, p. 90.

[20]
Véase Román Gubern, *Viaje de ida*, Barcelona, Anagrama, 1997, p. 38-39.

B

C

D

E

B
ABC, 26 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Fotos, 28 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Vértice, junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Horizonte, enero de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

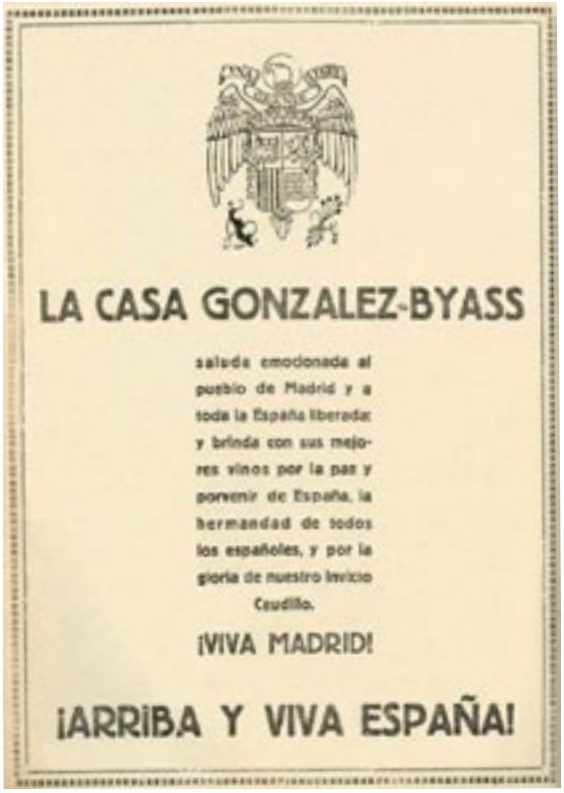
A

B

A
ABC, 5 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Cartel, 1939. 103 x 71,2 cm
Colección Carlos Velasco

C



D

E

C
Flechas y Pelayos,
22 de septiembre de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
ABC, 19 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Cartel, 96,5 x 66,5 cm
Colección Carlos Velasco

A

B

C

A
Cartel, 1939. 42,5 x 30 cm
Colección Carlos Velasco

B
ABC, 19 de julio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Almanaque de Flechas y Pelayos, 1939.
Colección particular

D

E

F

G

D
ABC, 16 de julio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Vértice, junio-julio de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 19 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
AGA, (3) 48-21/64
Detalle de la solicitud de un fabricante de conservas de pescado a Censura Plástica para la utilización del escudo.

A
Cartel, 1945. 45 x 30,8 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, 1940. 68,7 x 48,7 cm
Colección Carlos Velasco

C
Vértice, febrero de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Horizonte, enero de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

E

F

E
ABC, 9 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Flechas y Pelayos,
14 de julio de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartoncillo, 14,3 x 21,5 cm
Colección Carlos Velasco

El Frente de Juventudes celebraba todos los 2 de agosto el "día del Amanecer" para recordar, en palabras del delegado nacional, Elola-Olaso, que "las carabelas españolas salían de Palos con luminoso rumbo al nuevo Imperio que habían de descubrir". Con este motivo, "de todos los Campamentos del Frente de Juventudes los camaradas juveniles partirán a los más altos riscos de la sierra o montaña para saludar con hogueras el amanecer. Simultáneamente se procurará que todos los niños de España se asomen a sus ventanas y balcones a la hora de la alborada, levantando sus ojos al cielo y el corazón a Dios en oración por el amanecer de la gloria de España"[21]. El día grande de celebración del descubrimiento de América era el 12 de octubre, fiesta de la Hispanidad, coincidiendo con la celebración religiosa de la Virgen del Pilar. Ese día, la prensa y las emisoras de radio estaban obligadas a insertar numerosas referencias a esta gesta trascendental.

La publicidad utilizó hasta el hartazgo esas referencias al pasado glorioso. Baste como ejemplo que el Hotel De France de Valladolid pasó a llamarse Hotel Fernando-Isabel, o que unas bodegas de Málaga vendieron un vino quinado con el nombre de "Reyes Católicos" y otro, moscatel, con el de "Isabel la Católica". Por lo demás, una de las imágenes más habituales utilizadas para anunciar los más variados productos fueron las carabelas del descubrimiento surcando el océano. Un ejemplo, muy anunciado, fue el brandy "Carabela Santa María" de Osborne.

Las productoras cinematográficas, como Cifesa o Suecia, alentadas por el régimen, promovieron en los años cuarenta un grandilocuente cine histórico-imperial de alto presupuesto, en el que se resucitaban las viejas glorias medievales, el ardor combativo de los tercios, la labor colonizadora de los misioneros españoles en América... y se ensalzaba a los Reyes Católicos, Felipe II, Eugenia de Montijo, Agustina de Aragón o San Ignacio de Loyola[22].

Debido a su gran capacidad de divulgación propagandística, el régimen franquista dedicó una atención muy especial al cine español. Se creó el

G

[21]
Véase El Delegado Nacional del Frente de Juventudes, J. A. Elola-Olaso, 20 de febrero de 1942. AGA, (3) 60- 21/777. Los días de celebración del Frente de Juventudes eran, por orden cronológico: día de los Caídos (9 de febrero), día de la Canción (2 de abril), día de la Juventud (30 de mayo), día del Valor (18 de julio), día del Amanecer (2 de agosto), Día del Caudillo (1 de octubre), día de la Fe (29 de octubre), día del Dolor (20 de noviembre), día de la Madre (8 de diciembre).

[22]
Productos como *Reina Santa* (1946) sobre las nobles andanzas de Isabel la Católica, *La Nao Capitana* (1946) sobre la colonización de América, *Misión Blanca* (1947) sobre el colonialismo español en *Guinea*, *La Mies es mucha* (1948) sobre las aventuras de un misionero, o *Alba de América* (1949), que pretendía "propagar la verdad sobre el Descubrimiento", son representativas de este género imperial y colonialista que ensalzaba las virtudes de la raza española, las glorias del Imperio español y denostaba todo lo extranjero como tremendamente pernicioso. Otras películas del mismo género fueron *Locura de amor* (1948), *Agustina de Aragón* (1950) y *La Leona de Castilla* (1951). Véase Doménech Font, "el cine español durante la autarquía", en Antonio Bonet Correa (coord.), *Arte del franquismo*, Madrid, Cátedra, 1981, p. 304-307. Véase también Román Gubern y Doménech Font, *Un cine para el cadalso*, Barcelona, editorial Euros, 1975; José Enrique Monterde, "El cine de la autarquía, 1939-1950" en VV. AA., *Historia del cine español*, Madrid, Cátedra, 2004.

A
Almanaque de Flechas y Pelayos, 1939.
Colección particular

A

concepto de "película de interés nacional", aquella que exaltase "los valores políticos y morales de nuestro país". El primer cine español de posguerra, antes que el imperial al que nos acabamos de referir, fue un cine de propaganda militar, heroico y patriótico, que exaltaba los valores del "glorioso alzamiento nacional", casi siempre con el mismo esquema argumental: un héroe militar obligado a elegir entre seguir viviendo o morir por la Patria, escogía la muerte. La mayoría de estas películas se realizaron un año o dos después de concluida la guerra civil, como Escuadrilla (1941), Harka (1941), Sin novedad en el Alcázar (1942), ¡A mí la Legión! (1942) o Raza (1941)[23].

La ley de obligatoriedad del doblaje, de 23 de abril de 1941, prohibió la proyección de películas en cualquier otro idioma que no fuese el español y todos los rótulos y títulos en cines y teatros, al igual que en los comercios, debían estar escritos únicamente en el "idioma del Imperio".

El triunfo de Franco significó el triunfo del nacionalismo español. Como nos recuerda Sevillano Calero, una orden ministerial de mayo de 1940 prohibía el empleo de vocablos extranjeros en rótulos, muestras y anuncios, o como denominaciones de establecimientos mercantiles, industriales, de recreo, hospedaje, alimentación, espectáculos y otros semejantes[24]. Concedía un mes de plazo para cambiar los rótulos públicos. De los rótulos, en efecto, desaparecieron las palabras extranjeras, pero no así de los textos de los anuncios, según hemos podido comprobar; los neologismos y extranjerismos estaban tan arraigados, sobre todo en los ambientes más selectos, refinados y sofisticados, que no pudieron desterrarse muchos de los que aludían a la moda y las diversiones de la gente pudiente, cuya afectación les imponía hablar de *hall, boîte, dancing, cabaret, grill, lunch, tournedó, maître, barman, vedette, variété, cocktail, vermouth, debut, tournée, ballet, swing, magazine, kermesse* (verbena o baile popular al aire libre), etcétera, palabras todas ellas muy frecuentes en la publicidad de aquellos años dirigida a la clase adinerada[25].

Desde luego, el término "extranjerismo" incluía también las lenguas de otras comunidades españo-

[23]
Ésta última, con guión del propio Franco, aunque eran pocos los que lo sabían por entonces, ya que utilizó el seudónimo de Jaime de Andrade. Se trató de una auténtica superproducción para la época, dirigida por José Luis Sáenz de Heredia, primo del fundador de Falange, e interpretada por el galán Alfredo Mayo en su máximo apogeo. Cuando se estrenó en enero de 1942, la consigna que recibieron todos los periódicos fue muy clara: "Se tendrá especial cuidado en las críticas de la película *Raza*, no autorizándose ninguna que pueda censurarla, tanto en su aspecto técnico como argumental. La crítica ha de ser muy favorable. Cualquier otra deberá ser prohibida".

[24]
Son muchos los autores que se han referido a esta campaña contra las "infamantes y perniciosas" palabras extranjeras y a favor de una prosa genuinamente hispánica. Véase, por ejemplo, Rafael Abella, Por el Imperio hacia Dios. *Crónica de una posguerra*, Barcelona, Planeta (col. Espejo de España), 1978, p. 26-27; Fernando Vizcaíno Casas, *La España de la posguerra, 1939-1953*, Barcelona, Planeta (col. Espejo de España), 1975, p. 40; Román Gubern, *op. cit.*, p. 33; Carmen Martín Gaite, *Usos amorosos en la España de posguerra*, Anagrama, Barcelona, 1990, p. 31; o Justino Sinova, *La censura de prensa en el franquismo*, Madrid, Espasa Calpe, 1989.

[25]
Otros extranjerismos, muy corrientes por entonces: *boudoir, nurse, pick-up* (el famoso "picú", el tocadiscos que amenizaba los guateques de adolescentes burgueses), *cup* (la bebida que se tomaba en esos guateques), o el baile *cheek-to-cheek*.

B

C

D

B
Fotos, 28 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 2 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
AGA (3) 48 – 21/64

A
Haz, Revista del SEU, 19, abril de 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

B
S. f. (1939). Colección particular

C
La Vanguardia Española, 9 de febrero de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Horizonte, 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

las distintas de Castilla. La España "Una" no admitía disensiones. A medida que las ciudades catalanas fueron cayendo en poder de las tropas nacionales, fue habitual que se colgase o escribiese en alguna pared el letrero: "Si eres español, habla español", o "habla el idioma del Imperio". Ejemplo de cómo había que hablar en aquella Nueva España fue un artículo titulado "Hablar como Franco"[26], publicado el 8 de junio de 1939 por La Vanguardia (en cuya cabecera figuraba ahora el título adicional de "Española", que conservaría hasta 1978), escrito por quien durante más de veinte años fue su director, Luis de Galinsoga, quien, al igual que el resto de los directores de los periódicos, había sido directamente designado por el gobierno, como disponía la vigente ley de prensa de 1938.

[26]
"Todos los españoles –decía el artículo– debemos hacer estas tres cosas: pensar como Franco, sentir como Franco y hablar como Franco que, hablando naturalmente en el idioma nacional, ha impuesto la victoria."

FRANCO, custodio de la moral militar

Bajo la República triunfadora del Ejército desaparecieron los Tribunales de Honor, que son custodios del prestigio inmaculado del militar.

Uno de los primeros decretos del Caudillo, como Jefe del Estado, fué para restablecer esa institución genuina de la moral y de la justicia castrense.

Franco, atento siempre al honor personal y colectivo de los españoles, es el más celoso vigía para que ese tesoro espiritual de la Patria no pierda su ruta clara e indefectible.

¡GLORIA AL EJERCITO!
¡VIVA ESPAÑA!
¡VIVA FRANCO!
¡ARRIBA ESPAÑA!

E

Con el tiempo, las medidas de prohibición de otras lenguas se fueron suavizando, y lo mismo ocurrió con la general satanización de todo lo extranjero, sobre todo de lo francés y lo norteamericano, y la obsesión por españolizar todo, incluidas las costumbres (por ejemplo, las fiestas de Nochebuena y Pascua[27]), la moda[28], el baile o la música. Sobre la música hemos encontrado en el AGA algunas circulares que no tienen desperdicio. Si los himnos patrióticos y las canciones populares españolas cumplían una importante función en el engrandecimiento de la Nación –según aseguraba una consigna al objeto de promover el día de la Canción del Frente de Juventudes–, "cuando se olvida nuestra música y se comienza la importación de la extranjera, viene con ella el materialismo, la bajeza y la frivolidad, y como nos demuestra la historia, comienza la decadencia"[29]. Una circular de censura ra-

E
La Vanguardia Española, 1 de octubre de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Fotos, 25 de marzo de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

F

[27]
Circular de 4 de diciembre de 1941, AGA, 354, citado por Justino Sinova, *op. cit.*

[28]
Una consigna de obligado cumplimiento a la prensa prohibía que en la sección de moda femenina de las publicaciones se mencionase como atractivos o dignos de imitar los figurines de la "Moda de París", por estar en contra de todos los esfuerzos que se estaban realizando para nacionalizar la moda en España (26 de marzo de 1942, AGA, 248, citado por Justino Sinova, *op. cit.*).

[29]
Campaña para promover el día de la Canción, 10 de mayo de 1943. AGA (3) 60 21/777.

A
Almanaque de Flechas y Pelayos, 1939. Colección particular

B
Almanaque de Flechas y Pelayos, 1940. Colección particular

C
Almanaque de Flechas y Pelayos, 1939. Colección particular

D
Horizonte, 1 de junio de 1938. Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

E

F

G

H

E
Y. Revista de la mujer,
febrero de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Boletín Doctrinal y Técnico de FET y de las JONS, 4 de julio de 1939.
Colección particular

G
Almanaque de Flechas y Pelayos,
1940. Colección particular

H
Y. Revista de la mujer,
mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Cartel del Frente de Juventudes, día de la Juventud, 1942.
69,8 x 48,5 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel del SEU, 70 x 48 cm
Colección Carlos Velasco

C
ABC, 5 de septiembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Flechas y Pelayos,
29 de septiembre de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

diofónica de la Delegación Nacional de Propaganda de fecha 17 de septiembre de 1942 hacía constar que "queda terminantemente prohibido transmitir por medio de discos, o por especialistas que actúen en el estudio, la llamada música 'negra', los bailables 'swing', o cualquier otro género de composiciones cuyas letras estén en idioma extranjero, o por cualquier concepto puedan rozar la moral pública o el más elemental buen gusto"[30].

Únicamente los nombres alemanes e italianos estaban por entonces bien vistos, pues por algo Alemania e Italia eran las potencias que habían hecho posible la victoria de Franco. Los triunfos del Eje en la guerra mundial llevaron a Franco a alinearse decididamente con él a mediados de 1940, cambiando la original posición de neutralidad de España por otra de "no beligerancia", que no significaba otra cosa que su disposición a entrar en la guerra mundial si Hitler accedía a sus demandas de creación de un nuevo "imperio" español, incorporando las posesiones francesas en el norte de África. Por lo

[30]
Normas sobre censura radiofónica. Circular nº 95 de la Delegación Nacional de Propaganda, Vicesecretaría de Educación Popular de FET de las JONS. 17 de septiembre de 1942. AGA, (03) 60 – 21/806.

E

G

F

E
Foto-cartel de la tumba de José Antonio Primo de Rivera, 1940.
AGA, (3) 21/ PLA 01-cajón 4-carpeta nº 1

F
Cartel, 50,2 x 35 cm
Colección Carlos Velasco

G
ABC, 16 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
La Vanguardia Española,
17 de diciembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 27 de mayo de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Fotos, 4 de febrero de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

E

F

G

pronto, en junio de 1940, aprovechando la derrota de Francia, tropas españolas ocuparon la ciudad internacional de Tánger, que se celebró como el primer episodio del renacimiento del Imperio español. En 1941, cuando Hitler atacó la URSS, Franco, entusiasmado, decidió enviar a luchar a las órdenes de Alemania en el frente ruso a la División Azul, equipada y uniformada por los alemanes.

Las empresas alemanas se anunciaron mucho en aquellos años en España, con una publicidad que destacó tanto por su abundancia como por la gran calidad de su diseño gráfico y la rotundidad de sus mensajes[31]. La bandera nazi estuvo muy

D
ABC, 16 de junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Revista Nacional Infantil,
abril de 1939. Colección particular

F
ABC, 1 de abril de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
La Nueva España, Oviedo,
13 de junio de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[31]
El imperio económico alemán en España (un entramado de cientos de empresas llamado Sofindus), creado por Johannes Bernhardt, uno de los alemanes más influyentes en la España de Franco, abasteció a Alemania durante la guerra mundial.

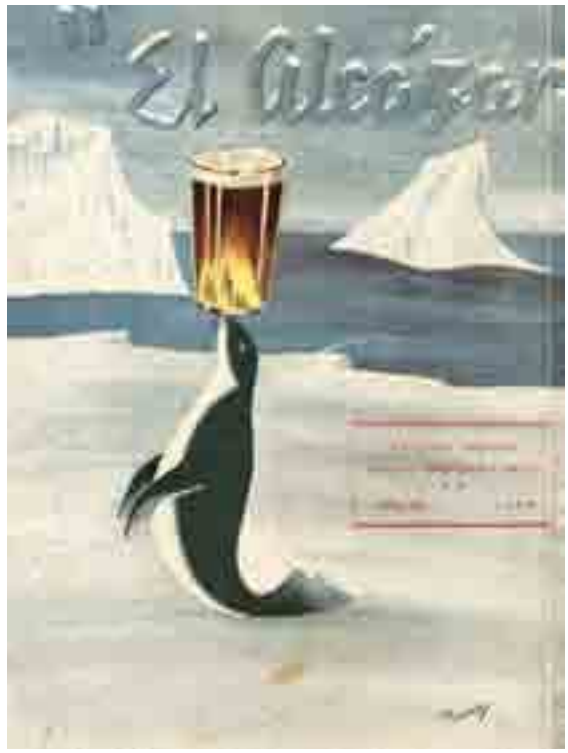
A
Portada 13 *Biblioteca infantil*: *La Reconquista de España*
Colección particular

B
Vértice, septiembre de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Y. Revista de la mujer,
enero de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
González Byass solicitó y obtuvo permiso para fabricar su vino "Imperial Toledo, vino de héroes", en alusión a los héroes del Alcázar de Toledo, todo un referente para los vencedores de la guerra.
AGA, (3) 60- 21/ 1364.

A



B

C

D

presente en las páginas de la dirigida prensa española de aquellos años, con frecuentes homenajes a las jerarquías del Tercer Reich y gran cantidad de publicidad de marcas y establecimientos alemanes. Los famosos Almacenes Alemanes de Barcelona, uno de cuyos anuncios reproducimos en este libro, es sólo un ejemplo.

En 1942, la embajada alemana en España era la más nutrida de personal de cuantas Alemania tenía entonces en el mundo[32]. La activa oficina de propaganda del Reich, situada en los bajos de la Secretaría General del Movimiento, en la calle Alcalá, frente al Círculo de Bellas Artes, distribuyó revistas alemanas en castellano, como Adler o Signal, y llevó a cabo una intensa campaña que aludía al "Gran Espacio Económico" que Alemania se proponía crear en "La Nueva Europa Continental" bajo su dominio. En el esquema germano, a España, dentro de la especialización productiva asignada a cada país, le correspondía producir materias primas como naranjas, vid, olivas, corcho y minería. El régimen franquista había proclamado su voluntad de integrarse en ese Nuevo Orden europeo liderado por Alemania, de modo que la propaganda nazi se distribuyó profusamente en España a pesar de su evidente contradicción con la teoría oficial franquista de la economía autárquica, absolutamente opuesta a la de la especialización productiva, ya que pretendía diversificar la producción para no depender del exterior y bastarse a sí misma[33].

También en el cine se materializó la amistad de la Nueva España y la Alemania nazi con un amplio programa de coproducciones. Merced al apoyo de Goebbels, los cineastas españoles tuvieron a su disposición los estudios de la UFA, importante empresa alemana de producción y distribución de cine, donde se realizaron algunas películas de éxito de esos años[34].

Pero el interés principal de Franco era su supervivencia a cualquier precio. Si cuando creyó segura la victoria del Eje aseguró que la lucha de los nacionales en España entre 1936 y 1939 había sido "la primera batalla del Nuevo Orden en Europa", cuando la segunda guerra mundial empezó a decantarse del lado aliado proclamó de nuevo la neutralidad de España y trató de desvincularse de los regímenes nazi y fascista enviando consignas a la prensa para que bajo ningún concepto se comparase el régimen franquista con ninguno de ellos, y para que se insistiese

G
Horizonte,1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
ABC, 17 de junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G

H

[32]
Véase Stanley G. Payne, Franco. *El perfil de la historia*, Madrid, Espasa Calpe, 1992, p. 105.

[33]
Carlos Velasco Murviedro, "Propaganda y publicidad nazis en España durante la segunda guerra mundial: algunas características", en *Espacio, Tiempo y Forma. Revista de la Facultad de Geografía e Historia*, Madrid, UNED, Serie V, Historia Contemporánea, 1994, pp. 85-107.

[34]
El barbero de Sevilla, Suspiros de España, Carmen la de Triana o *La canción de Aixa.*

A

B

C

D

A
Horizonte, 16, julio de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Vértice, agosto-septiembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Vértice, marzo de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Fotos, 11 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E

F

G

H

J

I

K

E
ABC, 9 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Lecturas, 200, 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
La Vanguardia Española,
29 de agosto de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
Vértice, mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
ABC, 18 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

J
Y. Revista de la mujer,
noviembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

K
Y. Revista de la mujer,
marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

A
Flechas y Pelayos,
14 de abril de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Cartel de mano de la película
La Leona de Castilla,1951.
Colección particular

C
Cartel de mano de la película *Alba de América*, 1951 (estrenada en 1949). Colección particular

D
Fotos, 12 de octubre de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Fotos, 13 de abril de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

E

en la "sabiduría y prudencia del Caudillo al mantener firmemente a España fuera de la Guerra Mundial". Los periódicos, siguiendo sumisamente las instrucciones recibidas, publicaron, en efecto, múltiples artículos asegurando que el genio y la clarividencia de Franco habían salvado a España de los horrores de la guerra y de la posibilidad de ser uno de los países vencidos. "Sólo los apasionados y los que juzgan las cosas a través de sus rencores pueden negar esta verdad evidente."[35] La prensa repetiría una y otra vez que Franco se había negado a colaborar con las potencias del Eje permitiendo "la paz bendita" que España había disfrutado, sin dejarse seducir ante la posibilidad de importantes botines. Con el fin de divulgar esta idea, la Vicesecretaría de Educación Popular editó diversos carteles, como el que mostramos aquí con el título de "Franco mantiene la paz en España", con la imagen de una Europa ardiendo en la que sólo la Península se libra de las llamas.

Desde que las cosas comenzaron a ir mal para el Eje, Franco emprendió una progresiva "desfascistización" del régimen. El 11 de septiembre de 1945, una disposición gubernativa derogó la oficialidad del saludo brazo en alto, aunque señalando que se estaba haciendo de él una interpretación equivocada ya que se trataba de una costumbre "de rancio abolengo ibérico"[36]. La simbología nazi desapareció de los

[35]
Véase *La Voz de Galicia* (1 de mayo de 1945), citado por Carlos Fernández Santander, *La Voz de Galicia, crónica de un periódico (1882-1992)*, A Coruña, Edicións do Castro, 1994, p. 369. Véase también Fernando Díaz-Plaja, *Anecdotario de la España franquista*, Barcelona, Plaza y Janés, 1997, p. 63.

[36]
La disposición decía exactamente así: "Al iniciarse el 18 de julio de 1936 el Glorioso Movimiento Nacional como exaltación de nuestra Patria ante el materialismo comunista que ame-

F

G

H

I

F
Cartel de José Caballero
AGA, (3) 21/ Pla 01- cajón 4 -carp. nº 1

G
Tarjeta de propaganda
AGA, (3) 48 - 21/ 64

H
ABC, 22 de abril de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
Sí (Suplemento del diario *Arriba*), abril de 1942. Hemeroteca Municipal de Madrid

nazaba destruirla, entre las formas de expresión de vibrante entusiasmo de aquellos días surgió, frente al puño elevado, símbolo de odio y de violencia que el comunismo levantaba, el saludo brazo en alto y con la palma abierta de rancio abolengo ibérico. Más las circunstancias derivadas de la gran contienda han hecho que lo que es signo de amistad, de cordialidad, venga siendo interpretado torcidamente, asignándole un carácter y un valor completamente distinto a los que representa".

A
La Vanguardia Española,
9 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 18 de septiembre de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española,
22 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

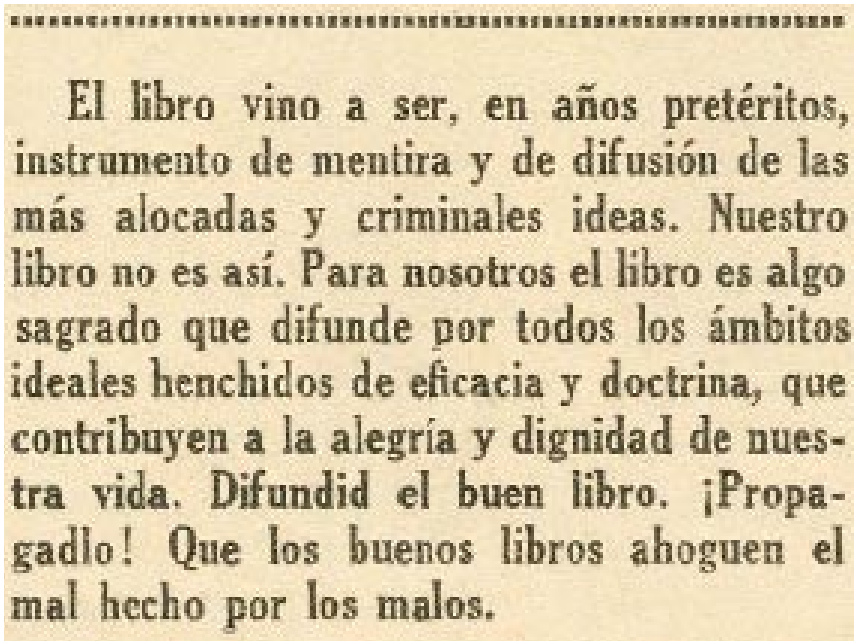
D
La Vanguardia Española,
20 de septiembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

«AZAÑA Y ELLOS»
UN LIBRO POLITICO SENSACIONAL DE
FRANCISCO CASARES
CINCUENTA SEMBLANZAS ROJAS.
La silueta moral de Azaña y los perfiles de perversidad de los hombres de la anti-España quedan diestramente dibujados en este libro que es acusación, biografía y análisis.
Pedidos:
UNION DISTRIBUIDORA - Unión, 19 6 pesetas (2.ª edición)

A

UN SERVICIO NACIONAL DE
FEDERICO GARCIA SANCHIZ
De la Real Academia Española.
EL AMOR A ESPAÑA
ESCUELA PATRIOTICA DE LA MOCEDAD
El texto ideal para la nueva generación.
No menos útil a cuantas personas quieran conocer los motivos y razones que hacen sagrado su españolismo.
Pequeño libro, de primorosa presentación, encuadernado: 4 pesetas.
EDITORIAL ESPAÑOLA, S. A.
PADRE LARROCA, 8 - SAN SEBASTIAN
De venta en todas las librerías.

B


El libro vino a ser, en años pretéritos, instrumento de mentira y de difusión de las más alocadas y criminales ideas. Nuestro libro no es así. Para nosotros el libro es algo sagrado que difunde por todos los ámbitos ideales henchidos de eficacia y doctrina, que contribuyen a la alegría y dignidad de nuestra vida. Difundid el buen libro. ¡Propagadlo! Que los buenos libros ahoguen el mal hecho por los malos.

C

SE HA PUESTO A LA VENTA
«ECOS DE LA GESTA DE TERUEL»
EL MEJOR LIBRO DE LA GUERRA ESPAÑOLA
Texto de ALONSO BEA. Prólogo del insigne GENERAL VARELA
Fotos del marqués de Santa María del Villar

D

Homenaje de Cataluña liberada a su Caudillo Franco

EDITADO por el "Fomento de la Producción Nacional" ha salido en Barcelona este "Homenaje de Cataluña liberada a su Caudillo Franco". Album de fotografías y de artículos que recoge amorosamente lo tradicional y moderno de esta región. En él, las actividades de toda índole son estudiadas e ilustradas. Los tiempos antiguos florecen con todo su esplendor y el acopio de fotografías para evidenciarlos ante nuestro público actual es verdaderamente notable. Leemos textos de Luys Santa Marina, Félix Ros, Javier de Winthuysen, Casanyes, Manuel de Montoliu, Carlos Pach, Ramón de Semir, amén de muchas otras notas informativas.

Debe consignarse el nombre del director artístico de la edición, Ramón Marinel-lo.

La presentación de este álbum es digna de los talleres Nacional de Artes Gráficas, S. A. (N.A.G.S.A.)

ALBUM "HOMENAJE DE CATALUÑA LIBERADA A SU CAUDILLO FRANCO"

Una afirmación unánime de amor a España en la adhesión de todos los valores vitales catalanes a su liberador el Generalísimo del Ejército victorioso

DE VENTA EN TODAS LAS LIBRERIAS

E

¡ESPAÑOL!

España necesita tu inteligencia y trabajo, para tu propio bienestar. Con enérgica perseverancia se crea un IMPERIO.

¡LEE buenos libros!

Arrarás, «FRANCO» (Biografía)
Maeztu, «Defensa de la Hispanidad»
«Humanismo frente a Comunismo».
Novedad
Bedoya, «Siete años de lucha».

Hallarás también LIBROS religiosos, técnicos, literarios, pedagógicos, etc.

Librería HERDER

BALMES, 22 (junto a la Universidad)
Teléfono 13673

F

"PRESOS DE LOS ROJOS SEPARATISTAS"

G

¡LEA las obras de PEMAN y DE COSSIO!
Escritores históricos de la AUTENTICA ESPAÑA
Librería HERDER
BALMES, 22 (junto a la Universidad)
Teléfono 13673

H

I

J

E
Destino, enero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
La Vanguardia Española,
22 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
La Vanguardia Española,
20 de junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
La Vanguardia Española,
9 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
Vértice, febrero 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

J
Destino, 7 de octubre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

A
Vértice, diciembre de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
La Vanguardia Española,
10 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española,
3 de octubre 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Vértice, febrero de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 2 de febrero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B

C

D

E

carteles y publicaciones, a veces no tan rápidamente como las autoridades hubiesen deseado. Los carteles de la Feria de Muestras de Valencia de 1944 que mostramos aquí fueron de los últimos en los que la bandera nazi aparecía aún en primer plano. En esa fecha el gobierno de Franco ya había decidido que era necesario desprenderse de la simbología fascista que relacionaba al franquismo con la iconografía y el ritual de las potencias del Eje. El 27 de noviembre de 1943, una consigna de obligado cumplimiento enviada a todos los periódicos españoles decía: "No se tolerará en ningún caso la comparación de nuestro Estado con otros que pudieran parecer similares. El fundamento de nuestro Estado ha de encontrarse siempre en los textos originales de los fundadores y en la doctrina establecida por el Caudillo". En mayo de 1945 se ordenó retirar los carteles en los que aparecían los retratos de los cuatro dictadores juntos: Hitler, Mussolini, Franco y Oliveira Salazar[37]. Los Almacenes Alemanes de Barcelona a los que nos hemos referido cambiaron su nombre por el de Almacenes Capitolio. Los documentales de la UFA de la Alemania nazi fueron sustituidos por un noticiario español, el No-Do, de obligada exhibición

[37]
Con fecha del 27 de abril de 1945, el Delegado Nacional de Propaganda pedía al Ministerio de Asuntos Exteriores que se retirasen esas litografías con las banderas y retratos de los cuatro dictadores que aún se exponían en centros oficiales y de recreo. Eran –decía– "vestigios de aquellos tiempos de santa emoción por el triunfo de nuestra causa", pero ahora "en nada nos favorecen". "Yo creo –continuaba– que en las circunstancias actuales, esa estampa resulta anacrónica y convendría que no se exhibiera más". El Ministro de Asuntos Exteriores informaba el 8 de mayo que había dado ya la orden para que las litografías en cuestión se retirasen con la máxima discreción. Véase AGA, (3) 60- 21/2355.

F

G

H

F
Cartel, 1944, 103 x 69 cm
Colección Carlos Velasco

G
Hoja de propaganda, Ediciones Destino (primeros años 50).
Colección particular

H
Destino, 7 de octubre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Arriba, 10 de mayo de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Cámara, diciembre de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española,
8 de febrero de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
ABC, 23 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

Pathé Palace

A partir de hoy ofrece al público un gran programa de HOMENAJE A LA ZARAGOZA INVICTA E INMORTAL, dedicado especialmente a los aragoneses de Barcelona, con la reposición de

«Nobleza Baturra»

Un canto a la raza, bajo la sombra del Pilar

«LA GRAN VICTORIA DE TERUEL»

Otro gran film histórico de CIFESA

Completará el programa:

«DE BOTE EN BOTE»

Con Stan Laurel y Oliver Hardy

Todos los días sesión continua, de 4 a 1 de la 11 noche

C

D

E

E
ABC, 23 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
La Vanguardia Española,
10 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
La Vanguardia Española, 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
ABC, 16 de julio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F

en todos los cines desde enero de 1943[38]. La publicidad de las potencias aliadas, con explícitas referencias a la guerra que estaban ganando, entró con fuerza en los periódicos españoles a partir 1943 aunque no por ello desapareció aún la alemana.

Para dar una imagen más aceptable del régimen a las potencias vencedoras, Franco promulgó el Fuero de los Españoles (julio de 1945) y la ley de Referéndum Nacional, afirmó que España era una "democracia orgánica" y abandonó Tánger. Esta operación cosmética supuso una pérdida de influencia de Falange en favor de la Iglesia católica. Un nuevo gobierno, en julio de 1945, con la espectacular promoción de un político católico, Alberto Martín Artajo, marcó el giro del franquismo hacia el catolicismo político[39]. En esa operación de maquillaje, la ley más importante de cuantas se promulgaron fue la de Sucesión, que proclamaba a España como reino, aunque de momento sin rey. El referéndum para la aprobación de la ley, concebido como un plebiscito a favor de Franco y su régimen, se llevó a cabo tras una abrumadora campaña de propaganda oficial a favor del sí, de inserción obligatoria en la prensa, re-

G

H

[38]
Véase Rafael Tranche y Vicente Sánchez-Biosca, *No-Do. El tiempo y la memoria*, Madrid, Cátedra, 2000.

[39]
Véase Javier Tusell, *Franco y los católicos. La política interior española entre 1945 y 1947*, Madrid, Alianza, 1984, p. 61. Del mismo autor, España bajo el franquismo, Barcelona, Crítica, 1986.

A, B, C
Semana, 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid.
A lo largo de todo el año 42, en muchas publicaciones españolas aparecen con frecuencia anuncios diversos que bajo el título genérico "una idea, una realización" hacen propaganda de los avances de la técnica alemana.

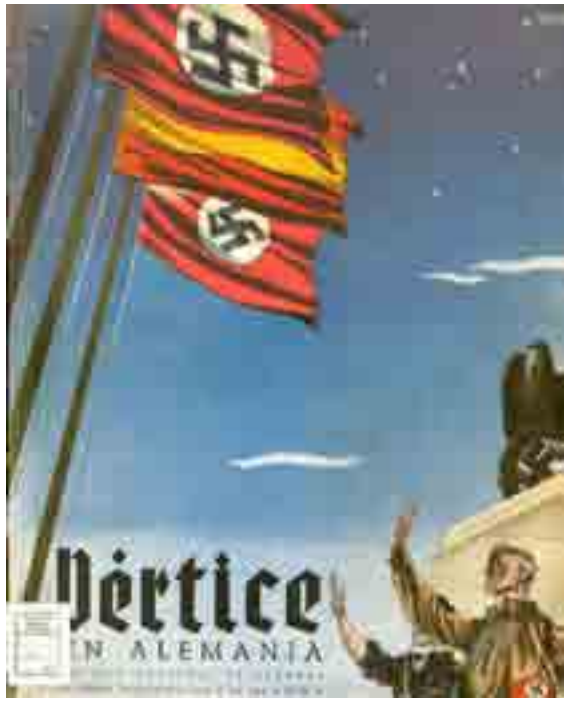
D
Portada del número especial de *Vértice. Revista Nacional de FET y de las JONS*, de marzo de 1939, "dedicado a la noble nación alemana, ejemplo de amistad".
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Ya, 7 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C



D

E

F

G

H

I

J

K

L

F
Semana, 6 de julio de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Semana, 20 de julio de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
Semana, 9 de marzo de 1943
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
Semana, 18 de mayo de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

J
Semana, 20 de enero de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

K
Arriba, 10 de mayo de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

L
Arriba, 29 de abril de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Vértice, mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Semana, 13 de enero de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Semana, 11 de marzo de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B

M

Cartel de No-Do, 69,5 x 50 cm
Colección Carlos Velasco.
Uno de los efectos de la política de distanciamiento de España con respecto al Eje fue la creación, en diciembre de 1942, del noticiario español No-Do (Noticiarios y Documentales Cinematográficos) para sustituir a los documentales de la UFA de la Alemania nazi. El nuevo instrumento de propaganda del régimen franquista se proyectó por primera vez en las pantallas de los cines españoles el 4 de enero de 1943. Hasta 1976 fue obligatoria su proyección en todos los locales de exhibición "del territorio español, posesiones y colonias".

A

B

C

D

E

A
La Vanguardia Española, 1944.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 27 de agosto de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 21 de agosto de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
La Vanguardia Española, 1944.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 27 de agosto de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Cartel, 99 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

Fue usado en la campaña emprendida por el Régimen cuando la guerra mundial empezó a decantarse a favor de los aliados, según la cual la clarividencia de Franco había salvado a España de los horrores de la guerra permitiéndole disfrutar de una bendita paz.

G
Semana, 23 de noviembre de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F

G

cordando la obligación de votar y presionando con amenazas como la pérdida de la cartilla de racionamiento. Un ejemplo de esa campaña –cuyo resultado fue un aplastante, y escandaloso, éxito del sí– es el cartel que puede verse en la exposición en el cual se anima a las mujeres a votar por la paz de sus hijos.

Pero los vencedores de la segunda guerra mundial no olvidaban los estrechos lazos del franquismo con las potencias fascistas. La Asamblea de las Naciones Unidas lo condenó y recomendó la ruptura de relaciones con él. Empezó para el régimen un periodo de aislamiento y exclusión de todos los organismos internacionales, si bien algunos países afines como Portugal o Argentina no acataron el acuerdo de la ONU. Franco, decidido a una resistencia numantina, presentó la condena internacional de su régimen como una conjura contra España y consiguió una amplia adhesión popular puesta de manifiesto en una concentración multitudinaria en la plaza de Oriente de Madrid.

Flechas y Pelayos, 7 de enero de 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

2. Olor a incienso. La España nacionalcatólica

La victoria franquista produjo una apoteosis de fervor religioso. Por todos lados aparecieron curas con sotanas y mujeres vestidas con hábitos. Frente a la anti-España del laicismo republicano, la restauración de las formas más tradicionales de religiosidad fue uno de los rasgos característicos de la Nueva España de posguerra. La Iglesia había bendecido la "cruzada" de Franco y, poco después de la victoria, el papa Pío XII señalaba que en España, "baluarte inexpugnable de la fe católica", habían vencido "los valores eternos de la religión frente a los prosélitos del ateísmo materialista", y que "el sano pueblo español" había sabido "resistir el empuje de los que, engañados por los que los envenenaron hablándoles de un ideal de exaltación de los humildes, lucharon en provecho del ateísmo"[40].

En todos los pueblos y ciudades se erigieron monumentos a los Caídos por Dios y por España[41], a los Héroes y Mártires de la Cruzada, provistos con una cruz como motivo central que reforzaba la idea de que la guerra había tenido un carácter religioso, de Cruzada[42].

[40]
Mensaje radiado el 16 de abril de 1939, recogido en *ABC* el día 18.

[41]
El día de los Caídos comenzó celebrándose el 29 de octubre, aniversario del acto fundacional de Falange, pero, al integrarse el SEU en el Frente de Juventudes, pasó a celebrarse el 9 de febrero para conmemorar la muerte del "primer Caído", "el camarada Matías Montero, símbolo de todos los Caídos de la juventud española". Las circulares enviadas a la prensa y a las emisoras de radio, con instrucciones precisas para la conmemoración de ese día, ordenaban "poner de relieve el ideal religioso que siempre animó, y anima actualmente, al Movimiento, que tiene una raíz eminentemente católica, pues los caídos lo fueron por Dios y por España". Véanse las circulares en AGA, (3) 60- 21/806-810.

[42]
En el AGA están los proyectos presentados a la sección de plástica de la Delegación Nacional de Propaganda, que debía autorizarlos o denegar-

A
ABC, 22 de julio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

La escuela, como señala Javier Muñoz Soro en el texto que incluimos en este libro, fue la abanderada en la tarea de recristianización de España. En todas las aulas, el crucifijo ocupó un lugar destacado. En el ámbito docente y educativo, la Iglesia se aseguró un papel primordial. A la obligatoriedad de la enseñanza de la religión se sumó la imposición de un sinfín de prácticas piadosas: misas, rosarios, oraciones por las intenciones del Papa, primeros viernes de mes, vía crucis, ejercicios espirituales, meses de María, sabatinas, jaculatorias, ofrendas de desagravio al Sagrado Corazón, Semana del Seminario...[43] Además, había que asistir a procesiones, peregrinajes, desplazamientos de vírgenes, visitas al Santísimo, adoraciones nocturnas, actos públicos piadosos en las diversas festividades de carácter religioso del calendario español y, en muchas ocasiones, afiliación obligada de niños y jóvenes a congregaciones religiosas. Todos estos innumerables actos religiosos eran anunciados en carteles, algunos con imágenes más bien terroríficas de las llamas del Juicio Universal. Una muestra representativa de estos carteles de tema religioso la podemos ver en estas páginas.

Cuando llegaba la Semana Santa, los curas eran los amos de la situación, lo que pudo comprobarse desde el mismo comienzo del régimen, ya que el final de la guerra coincidió con la Semana Santa. "El Jueves Santo y el Viernes Santo no se podía cantar ni oír música, salvo la música sacra, y los cines sólo podían proyectar películas de contenido piadoso."[44] La Iglesia, sobre todo en los pueblos, era para muchos una segunda casa, "un mundo de velas, incienso, lamparillas, monaguillos, reclinatorios y pilas de agua bendita"[45]. "A los niños descalcificados de la posguerra –recuerda Umbral– nos dolían las rodillas de estar tanto tiempo arrodillados, en las losas, rezando y cantando."[46] Por lo demás, un decreto de 1938 había prohibido poner a los recién nacidos nombres que no figurasen en el santoral de la Iglesia católica. Incluso la radio se convirtió en púlpito evangelizador, con múltiples emisiones religiosas, charlas de orientación, consultorios religioso-morales, rezos, sermones, oraciones radiadas, etcétera.

Si esto fue así desde que comenzó el franquismo, mucho más aún lo fue cuando Franco, en

los, y hemos podido comprobar que siempre que la cruz aparece mezclada con otros elementos ornamentales, el proyecto se deniega argumentando que se desvirtúa la cruz, máxime si se trata de elementos "de ascendencia pagana" como los obeliscos, que son siempre rechazados. Los proyectos de los monumentos en los distintos pueblos de España presentados a censura plástica pueden verse en AGA, (3) 48 21/ 65.

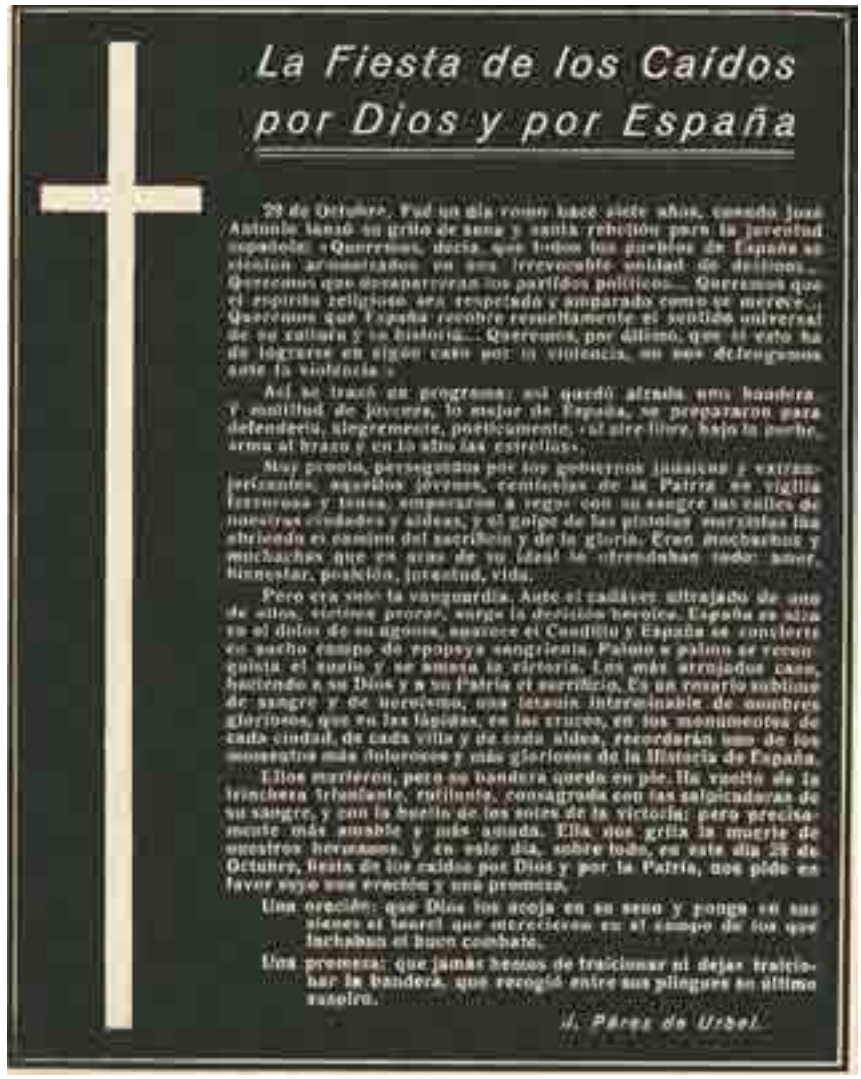
[43]
Son muchos los autores que han recordado en sus obras y memorias aquel fervor religioso. Véase, por ejemplo, Carlos Barral, *Años de penitencia,* Madrid, Alianza, 1975; Amalia Avia, *De puertas adentro. Memorias,* Madrid, Taurus, 2004; Román Gubern, *op. cit.*; Antonio Martínez Sarrión, *Infancia y corrupciones (Memorias, I),* Madrid, Alfaguara, 1993; Francisco Umbral, *Memoria de un niño de derechas,* Barcelona, Destino, 1980 (1ª ed., 1972); José María Carandell, "Lejos de nosotros la funesta manía de pensar", *Cuadernos de Pedagogía,* Suplemento 3 (9-1976). Véase también Gregorio Cámara Villar, *Nacionalcatolicismo y escuela,* Madrid, Hesperia, 1984; Javier Sánchez Erauskin, *Por Dios hacia el Imperio. Nacionalcatolicismo en las Vascongadas del primer franquismo,* 1994; F. Urbina, "Formas de vida de la Iglesia en España, 1939-1975", en *Iglesia y Sociedad en España, 1939-1975,* Madrid, 1977; Juan Pablo Fusi, "Educación y cultura", en *Historia de España Menéndez Pidal,* vol. XXXX (consultar número vol. o tom.) "La época de Franco (1939-1975). Sociedad, vida y cultura", Madrid, Espasa Calpe, 2001.

[44]
Román Gubern, *op. cit.*, p. 34.

[45]
Amalia Avia, *op. cit.*, p. 134.

[46]
Francisco Umbral, *op. cit.*, Barcelona, Destino, 1980, p. 51.

B



La Fiesta de los Caídos por Dios y por España

29 de Octubre. Fué un día como hace siete años, cuando José Antonio lanzó su grito de sana y santa rebelión para la juventud española: «Queremos, decía, que todos los pueblos de España se sientan armonizados en una irrevocable unidad de destinos... Queremos que desaparezcan los partidos políticos... Queremos que el espíritu religioso sea respetado y amparado como se merece... Queremos que España recobre resueltamente el sentido universal de su cultura y su historia... Queremos, por último, que si esto ha de lograrse en algún caso por la violencia, no nos detengamos ante la violencia.»

Así se trazó un programa; así quedó alzada una bandera y multitud de jóvenes, lo mejor de España, se prepararon para defenderla, alegremente, poéticamente, «al aire libre, bajo la noche, arma al brazo y con la alma las estrellas».

Muy pronto, perseguidos por los gobiernos judaicos y extranjerizantes, aquellos jóvenes, centinelas de la Patria en vigilia ferrosa y tensa, empezaron a regar con su sangre las calles de nuestras ciudades y aldeas, y el golpe de los pistolas marxistas iba abriendo el camino del sacrificio y de la gloria. Eran muchachos y muchachas que en aras de su ideal le ofrendaban todo: amor, hacienda, posición, juventud, vida.

Pero era sólo la vanguardia. Ante el cadáver ultrajado de uno de ellos, víctima precoz, surge la decisión heroica. España se alza en el dolor de su agonía, aparece el Caudillo y España se convierte en mucho campo de epopeya sangrienta. Palmo a palmo se reconquista el suelo y se amasa la victoria. Los más arrojados caen, haciendo a su Dios y a su Patria el sacrificio. Es un rosario sublime de sangre y de heroísmo, una letanía interminable de nombres gloriosos, que en las lápidas, en las cruces, en los monumentos de cada ciudad, de cada villa y de cada aldea, recordarán uno de los momentos más dolorosos y más gloriosos de la Historia de España.

Ellos murieron, pero su bandera queda en pie. Ha vuelto de la trinchera triunfante, rutilante, consagrada con las salpicaduras de su sangre, y con la huella de los soles de la victoria; pero precisamente más amable y más amada. Ella nos grita la muerte de nuestros hermanos, y en este día, sobre todo, en este día 29 de Octubre, fiesta de los caídos por Dios y por la Patria, nos pide en favor suyo una oración y una promesa.

Una oración: que Dios los acoja en su seno y ponga en sus labios el laurel que ofrecíamos en el campo de los que luchaban el buen combate.

Una promesa: que jamás hemos de traicionar ni dejar traicionar la bandera, que recogió entre sus pliegues su último suspiro.

J. Pérez de Urbel.

C

B
Vértice, octubre de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Almanaque de Flechas y Pelayos de 1940. Colección particular

la operación de lavado de cara del régimen de la que hemos hablado, volvió su mirada hacia lo católico. Si a partir de la derrota del Eje la liturgia fascista perdió terreno a ojos vista, fue en cambio cada vez más agobiante el ambiente clerical. Las Cortes franquistas decidieron en diciembre de 1946 acuñar nuevas monedas con la efigie de Franco seguida de la leyenda "Caudillo de España por la Gracia de Dios".

Los cereros, imagineros, fabricantes de estampitas, escapularios, rosarios, mantillas, hábitos religiosos... debieron amasar fortunas. Proliferaron también talleres de arte sagrado, improvisados escultores y orfebres de efigies religiosas, fabricantes de santos y vírgenes en serie. En los escaparates de las principales librerías se exponían multitud de libros de vidas de santos. El libro religioso tuvo una difusión sin precedentes: devocionarios, misales, biografías de santos, de místicos, de teólogos... alcanzaron tiradas fabulosas. Nada menos que sesenta y ocho editoriales se dedicaron a la publicación de obras religiosas y textos teológicos. Las obras de monseñor Thamér Tóth, por poner un conocido ejemplo, tuvieron múltiples ediciones en los años cuarenta y cincuenta[47].

La publicidad utilizó hasta la saciedad el reclamo religioso. Vírgenes y santos eran la imagen y el nombre de toda clase de productos y fábri-

[47]
Luis Carandell recuerda que "en el colegio había tenido que leer en voz alta a mis compañeros El joven de carácter de Tóth, mientras éstos comían en silencio, roto sólo por el sonido de los tenedores al rozar los platos, en las largas mesas de mármol" ("Réquiem por los 50", *Crónicas de juventud. Los jóvenes en España, 1940-1985* [catálogo], Madrid, Ministerio de Cultura, 1985, p. 26).

A
Haz, 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

A

cas; de turrones y mazapanes, de azafrán y pimentón, de conservas, de vinos, de alpargatas y un largo etcétera. Estampas de santos, vírgenes, cristos y sagrados corazones fueron muy utilizadas para anunciar productos farmacéuticos. Los comerciantes sabían muy bien que en la mentalidad popular había una estrecha conexión entre salud y religión, entre lo religioso y lo terapéutico. Las estampitas con publicidad sanitaria eran a veces muy parecidas a los recordatorios de primera comunión, con un niño Jesús, un niño pastor o Jesús celebrando la última cena, anunciando ungüentos para curar enfermedades cutáneas, jarabes contra la anemia y el raquitismo, píldoras contra flatulencias y malas digestiones, o analgésicos contra el dolor. Aunque parezca irreverente, los promotores de estas campañas solían ser de una religiosidad extrema y sus estampitas anunciando sus preparados, una manifestación piadosa de su fe[48]. De ahí que la empresa Bayer se sumase también a esta tradición con las estampas del Cristo, la Virgen y del Sagrado Corazón que podemos ver en las páginas 68 y 69. Si estas estampas se distribuyeron sin que al parecer fuesen consideradas irrespetuosas, no siempre los censores fueron tan tolerantes, como demuestra el documento que mostramos en el que se sanciona a un comerciante de Jerez de la Frontera por no haber presentado a censura una etiqueta, juzgada de todo punto vulgar e irreverente, de un "Vino Jesucristo" para enfermos, en la que aparece Jesucristo bendiciendo "las dos especies que integran el Santo Sacramento de la Eucaristía"[49].

La apoteosis religiosa llegó a su apogeo cuando Barcelona fue elegida por el Vaticano la ciudad para celebrar el XXXV Congreso Eucarístico Internacional que, a causa de la segunda guerra mundial, no había vuelto a celebrarse desde 1938 (en Budapest). El Congreso, inaugurado y presidido por Franco a finales de mayo de 1952, fue el primer acontecimiento con proyección mundial celebrado en España después de la guerra civil. La ciudad se engalanó de arriba abajo con tapices y emblemas con el escudo congresista, las prostitutas fueron evacuadas en camiones a otros lugares de Cataluña y se produjo una oleada de turismo religioso ante la concesión de indulgencia plenaria a todo aquel que comulgara en un templo barce-

[48]
Véase Francisco Javier Puerto Sarmiento, *El medicamento en el escaparate. La publicidad farmacéutica en España. Una aproximación histórico-literaria*, Barcelona, Fundación Uriach/Ediciones Mayo, 2004.

[49]
AGA, (3) 60 21/1364.

[50]
Armand Balsebre, *Historia de la radio en España, vol. II: 1939-1985*, Barcelona, Cátedra, 2002, p. 342. Véase también José Luis García Bustamante, *Sevilla tras un micrófono. Crónica y peripecias de la radio en la ciudad*, Sevilla, Editorial Castillejo, 1993, pp. 64-65.

lonés durante las sesiones del Congreso[50]. Durante unos días se produjo una agotadora sucesión de actos religiosos. Fue un espectáculo de masas con concentraciones, comuniones y confesiones multitudinarias, consagración masiva de sacerdotes y una misa pontifical de clausura como apoteosis final. En todas las ciudades españolas se celebraron también misas al aire libre, absoluciones multitudinarias, ofrendas florales, etcétera.

Entre los más descreídos, el Congreso fue popularmente conocido como "la Olimpiada de la Hostia". Desde luego, para aquellos que no comulgaban con este ambiente, la preponderancia nacionalcatólica resultó agobiante y obsesiva. Algunos la recuerdan con expresiones como "delirante religiosidad", "desvarío clerical", "tremenda inflación religiosa que lo invadía todo", "ambiente empapado y chorreante de clericalismo y dogma católico"[51], etcétera. Desde luego, era una religiosidad muy exhibicionista y ritual, con muchos actos de afirmación religiosa y mucha exhibición pública en forma de romerías, peregrinaciones, procesiones, coronaciones, consagraciones, entronizaciones, adoraciones, misiones, visitas, viáticos, y demás ceremonias y ritos que se multiplicaban e invadían el espacio público.

El Concordato con el Vaticano de agosto de 1953 representó el ápice del proceso de identificación pública de la Iglesia católica con el régimen franquista. "A partir de entonces, el triunfo del nacionalcatolicismo fue definitivo e incontestable, convirtiéndose en la ideología oficial del Estado y el patrón normativo de la conducta moral, pública y privada, del conjunto de la sociedad española."[52] Mediante estos acuerdos con la Santa Sede, Franco otorgó numerosas concesiones a la Iglesia y a cambio consiguió romper el aislamiento internacional de su régimen,

B

C

D

B
Horizonte, mayo-junio de 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Y. Revista de la mujer, noviembre de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

D
La Vanguardia Española, 24 de septiembre de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

de modo que para él fue un gran triunfo diplomático. Entre 1954 y 1955 se ordenó a un mayor número de sacerdotes que en cualquier otro momento de la historia contemporánea española: más de un millar en un año. En 1954, España fue consagrada al Inmaculado Corazón de María, como recuerda un cartel informativo.

La Iglesia veló celosamente por la moral pública (y privada) y contó en general con el apoyo decidido de la autoridad civil. Hubo una obsesión por combatir la "inmoralidad" en todas sus manifestaciones, con múltiples medidas contra la relajación de las costumbres. Uno de los principales objetivos del régimen franquista fue la regeneración de la sociedad partiendo de la idea de que sus elementos esenciales habían sido subvertidos durante la República en un proceso de disolución iniciado por el liberalismo. Estos planes regeneradores y moralizadores coincidían con la misión recristianizadora

[51] Véase por ejemplo Carlos Barral, *op. cit.*; Román Gubern, *op. cit.*; y Antonio Martínez Sarrión, *op. cit.*

[52] Enrique Moradiellos, *La España de Franco (1939-1975). Política y Sociedad*, Madrid, Síntesis, 2000, p. 118.

A
La Vanguardia Española, 14 de marzo de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Almanaque de Flechas y Pelayos de 1939. Colección particular

Calendario Religioso para 1939

Editado por JUAN BARGURÓ y Cía.

Pídase en las principales Librerías Precio: Ptas. 5'50, ejemplar

Destinado 0'50 ptas. a beneficio de «Frentes y Hospitales»

AVISO. — Se advierte al público que el calendario religioso puesto a la venta por una Editorial de Zaragoza es una burda imitación de nuestro modelo, que tenemos registrado bajo número 3046.

A

asumida por la Iglesia, ya que se sobrentendía que no había otra moral al margen de la católica.

Un bando de la Dirección General de Seguridad titulado "En defensa de la moralidad pública", surgido en el verano de 1944, con el objetivo de "desterrar de nuestras prácticas sociales todo aquello que recuerde, por abyección o mal gusto, a nuestros derrotados enemigos", enumeraba una serie de comportamientos típicos de los años republicanos:

> Plebeyos desaliños en la indumentaria con el pretexto de la elevada temperatura; o soeces manifestaciones de ruidosa alegría o, en fin, indecorosas actitudes por las que las personas de ambos sexos pretenden demostrar, inelegantemente, su mutuo afecto. [...] En evitación de que persistan estas licenciosas conductas –continuaba el bando–, se han dado órdenes severas a los agentes de la autoridad para que sean corregidas en el acto [...], y a los contraventores, que serán multados en el momento, o arrestados gubernativamente, según los casos, se les registrarán sus nombres para, en caso de contumacia demostrativa de su incapacidad para la vida en sociedad, separarles de ella por el tiempo necesario para que adquieran, en un campo de trabajo, ese mínimo de condiciones exigibles para la convivencia que, por otra parte, están al alcance de cualquiera que no tenga muy deformado el concepto del buen gusto[53].

Especial importancia tuvieron las campañas para la represión de la blasfemia, que se consideró una "lacra social muy extendida que hiere los sentimientos religiosos de la mayoría del país". Son muchos

GAUNA

LÁMPARA DE CERA

Para OFRENDAS y VISITA DOMICILIARIA

¡LIMPIEZA ABSOLUTA!

¡TRANQUILIDAD COMPLETA!

¡ECONOMÍA!

SUPLE AL ACEITE CON VENTAJA

FABRICANTE:

Hijo de Quintín Ruiz de Gauna

VITORIA (Alava - España)

B

[53] Véase Daniel Sueiro y Bernardo Díaz Nosty, *op. cit.*, t. II, fasc. 22: "Fecundos, pero castos", p. 129.

C

D

F

E

G

C
ABC, 15 de febrero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Fotos, marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Cartel, mayo de 1952. 32,1 x 23,8 cm
Colección Carlos Velasco

F
Destino, 3 de febrero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
La Vanguardia Española,
29 de mayo de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A, B
Historia de la Verdad,
El catecismo del Hogar,
Madrid, Librería Salesiana, 1956.
Colección particular

los que recuerdan los carteles o avisos fijados en los tranvías y en otros lugares que proclamaban: "prohibida la blasfemia y la palabra soez", "en la España de Franco no se blasfema", "el blasfemo deshonra a la Patria", "el blasfemo quebranta la ley de Dios y la ley de España", "blasfemar es injuriar a Dios y deshonrar a España", "blasfemos: temed el castigo de Dios". Hemos podido recuperar algunos de estos carteles que mostramos en las páginas 70 y 71. Las interjecciones soeces, las frases obscenas y, en general, las actitudes "desvergonzadas" serían objeto de multas y publicación en la prensa del nombre de los sancionados.

La Iglesia se erigió como la máxima controladora de la castidad, pureza y decencia de la sociedad y, muy en concreto, de la mujer, ya que se argumentaba que, dada la impresionable e imaginativa psicología femenina, era ella sobre todo la que debía ser apartada de las tentaciones mundanas como el baile moderno, la playa y, desde luego, el cine[54]. Al aproximarse cada año los meses de verano, se ponía en guardia frente a la "indecencia" playera: "Es muy verosímil –decía el padre Quintín de Sariegos, de la orden capuchina– que el espectáculo más inverecundo e inmoral legalizado en la sociedad moderna sea el que ofrece la playa... No hay en la con-

A

B

[54]
Esto era lo que afirmaban muchas de las lecturas edificantes de amplia difusión como El libro de la joven de Edith Carnot o ¡Muchacha!, del padre Emilio Enciso Viana.

C

D

E

C
Cartel, años 40. 64 x 43 cm
Colección Carlos Velasco

D
Radiocinema, 19 de febrero de 1955. Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Portada de *Flechas y Pelayos*, 13 de abril de 1941. Hemeroteca Municipal de Madrid

A
ABC, 14 de mayo de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Arriba, 15 de abril de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 27 de febrero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

ducta social de la mujer una acción más grave, más excitante al pecado feo, que la que realiza tranquilamente en sus baños públicos en la playa. Son ocasión próxima al pecado mortal"[55].

La autoridad civil colaboró estrechamente con la religiosa en el mantenimiento de la decencia en las playas. Había en ellas guardias vigilando la moralidad. Los bañadores debían ser "completos", esto es, de cuerpo entero, los hombres con tirantes y pecho y espalda cubiertos, las mujeres con una faldita que cubría varios centímetros de muslo. El albornoz era de uso obligatorio; había que llevarlo puesto hasta la misma orilla y volvérselo a poner inmediatamente después de salir del baño. Sin él no se podía tomar el sol ni pasear (otra cosa era que la ley se cumpliese, según hemos podido comprobar en los informes sobre moralidad que periódicamente redactaban las autoridades gubernativas de las distintas provincias españolas). Muchos anuncios reflejaban algo que era habitual entonces, y es que la gente iba a las playas vestida de calle, aunque algunas chicas, "en el colmo de la frivolidad", iban sin medias[56].

Desde 1941, la Dirección General de Seguridad tenía preparada una nota que sacaba a la luz cuando la llegada de la temporada de verano inducía a aligerar las ropas:

> Al acercarse la estación estival, y en defensa de la moralidad pública, esta Dirección General hace públicas las siguientes disposiciones: 1º. Queda prohibido el uso de prendas de baño indecorosas, exigiendo que cubran el pecho y espaldas debidamente, además de que lleven faldas las mujeres y pantalón de deporte los hombres. 2º. Queda prohibida la permanencia –en playas, clubes, bares, bailes y excursiones y, en general, fuera del agua– en traje de baño ya que éste tiene su empleo adecuado y no puede consentirse más allá de su verdadero destino. 3º. Queda prohibido que hombres y mujeres se desnuden o vistan en la playa, fuera de la caseta cerrada. 4º. Queda prohibida cualquier manifestación de desnudismo o de incorrección que pugne con la honestidad y el buen gusto tradicionales entre los españoles. 5º. Quedan prohibidos los baños al sol sin albornoz, con excepción de los tomados en solarios tapados al exterior. Por la autoridad gubernativa, se procederá a castigar a los infractores haciéndose público el nombre de los corregidos.

[55]
En Luz en el camino, citado por Daniel Sueiro y Bernardo Díaz Nosty, *op. cit.*, fasc. 22, "Fecundos pero castos", p. 137. Citado también por Rafael Abella, *op. cit.* p. 78.

[56]
Fernando Vizcaíno Casas, La España de la posguerra., ed. cit., p. 139.

LA PRIMERA COMUNION
EN LA VIDA DEL NIÑO

Trajes presentados este año por "Galerías"

La primera comunión es el primer acto trascendental de nuestra vida. De ahí la importancia del traje en una ocasión que dejará tan profunda huella en nuestro espíritu. Para tal solemnidad le ofrecen "Galerías Preciados" los modelos presentados este año por nuestra sastrería de niños. Trajes de incomparable elegancia considerados como los más felices y brillantes aciertos de nuestros creadores de modas infantiles.

En el mismo cuarto piso, los complementos: camisas de seda y de popelín blancas, camisetas, calzoncillos, tirantes, cinturones, gemelos, cuellos de etiqueta o colegiales, guantes, corbatas, lazos, plastrones, calcetines, pañuelos, billeteros, carteras, zapatos, etc. Y en la planta baja, crucifijos, cordones, devocionarios, rosarios, lazos y fajines...

(Nuestra clientela de provincias puede pedirnos el catálogo de artículos de primera comunión. Muchas gracias.)

Galerías Preciados
MADRID

D

E

F

D
ABC, 19 de marzo de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 18 de abril de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
La Vanguardia Española,
24 de mayo de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Cartel, 1949. 43 x 30,5 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, años 40. 34,5 x 24 cm
Colección Carlos Velasco

C
Cartel, 1947. 48,7 x 33 cm
Colección Carlos Velasco

D
Cartel, 1948. 64 x 43 cm
Colección Carlos Velasco

A

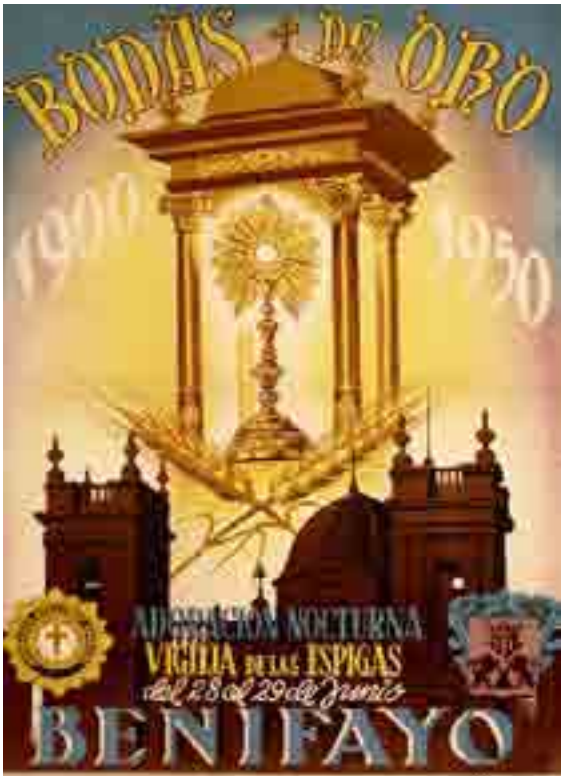
B

C

D

E

F



G

H

E
Cartel, 1948. 69 x 49,2 cm
Colección Carlos Velasco

F
Cartel, 1954. 68 x 48,5 cm
Colección Carlos Velasco

G
Cartel, 1950. 70 x 50 cm
Colección Carlos Velasco

H
Cartel, 1954. 49,5 x 34,5 cm
Colección Carlos Velasco

A
Cartel, 1941. 70 x 100 cm
Colección Carlos Velasco

A

Los "corregidos" eran multados por inmoralidad y escándalo público –también a los que, por ejemplo, eran sorprendidos en flagrante ademán de afecto u otras "licenciosas conductas"– y su nombre aparecía en la prensa en un epígrafe titulado "sanciones" [57].

Cuando, ya en los años cincuenta, comenzaron a llegar a España turistas extranjeros, las asociaciones católicas protestaron airadamente contra el desaliño con que vestían con el pretexto del calor. Una de ellas, que hemos visto en el AGA, de la Legión Católica Española de San Sebastián advertía: "Tenemos ya encima el verano y con él, para nuestra desgracia, una invasión de turistas con una indumentaria digna más bien de gentes que se cobijan bajo unos puentes que de los que pretenden pasearse por nuestras calles y plazas en un alarde de mal gusto y en algunos casos hasta de suciedad". Estas presiones obligaban a las autoridades de frontera a entregar a cada turista un impreso con una serie de normas para vestir con decoro, lo que motivó, al conocerse, que algunos de ellos se dieran de baja y cancelasen su visita a España[58].

En cuanto a los llamados "bailes modernos", en contraposición a los tradicionales bailes populares tan bien considerados, los prelados más ultracatólicos alertaban constantemente contra su inmoralidad y obscenidad. El arzobispo de Sevilla, cardenal Segura, amenazó con la excomunión de las parejas que bailasen agarradas. Unos carteles que se distribuyeron con profusión mostraban a un demonio bailando con una joven y otro, al parecer un diablo-hembra, con un muchacho. La leyenda decía: "Bailes modernos: joven... diviértete de otra manera"[59]. Todavía en marzo de 1957, la Conferencia de Obispos Metropolitanos alentaba a las autoridades y asociaciones que colaboraban en la "dignificación de las costumbres" que extremasen su celo con respecto a "las modas inverecundas, armas principales de Satanás para abrir las puertas al impudor público, atrio de la depravación moral", y con respecto a "esos bailes llamados modernos, tortura de confesores, virus de

[57] Rafael Abella, *La vida cotidiana en España...*, ed. cit., p. 78-79.

[58] AGA, (03) 49.03-16.081 TOP 22/57, expediente de junio de 1953.

[59] Fernando Vizcaíno Casas, *Los pasos contados. Memorias, I*, Barcelona, Planeta, 2000, p. 153.

B

C

D

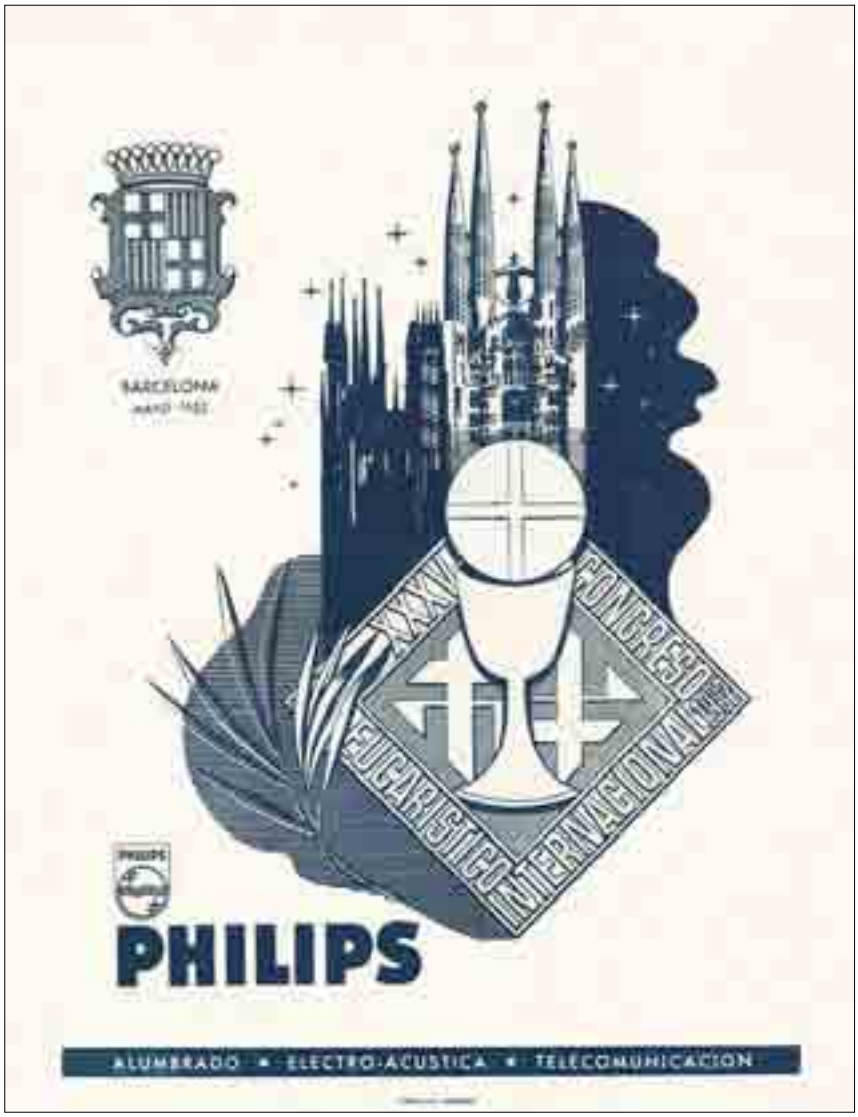
E

B
Cartel, años 50. 54 x 40 cm
Colección Carlos Velasco

C
Cartel, 1946. 50 x 34,7 cm
Colección Carlos Velasco

D
Cartel, 1950. 64 x 43 cm
Colección Carlos Velasco

E
Cartel, 1947. 50 x 34,7 cm
Colección Carlos Velasco



A

B

D

C

A
Hoja de propaganda de Philips por la celebración en Barcelona del XXXV Congreso Eucarístico, en mayo de 1952. Colección particular

B
La Vanguardia Española, 21 de mayo de 1952. Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española, 27 de mayo de 1952. Hemeroteca Municipal de Madrid

D
La Vanguardia Española, 25 de mayo de 1952.

E

las asociaciones piadosas, feria predilecta de Satanás"[60]. Por fortuna, estos anatemas no se tomaron demasiado en serio y la gente bailó mucho en aquellos años, según refleja la publicidad de la época mostrando el mundo alegre y despreocupado de las verbenas y las ferias, así como el más sofisticado de la "gente bien" divirtiéndose en casinos, boîtes y otros innumerables locales nocturnos donde se bailaba.

El cine, por su enorme popularidad, fue otra de las grandes preocupaciones de los defensores de la moral, y fueron bastantes las películas prohibidas por la Iglesia y causa de excomunión para los que osasen verlas. Podemos citar como ejemplos *La dama de las Camelias* y, desde luego, *Gilda*, cuyo estreno en diciembre de 1947 trajo el escándalo. A pesar de que, o precisamente porque, desde los púlpitos se amenazó con la excomunión a quien la viese, arrasó en taquilla y se impuso la moda "Gilda" de escote sin hombros y zapatos de tacón alto y tiras cruzadas en el tobillo. Muchos carteles publicitarios de películas fueron prohibidos o retocados por los censores, como *Arroz amargo*, en el que "unos arrozales excepcionalmente crecidos –hasta una altura propia del trigo– tapaban los muslos de Silvana Mangano"[61]. En las puertas de las iglesias se colocaban unas hojas con la clasificación moral de las cintas, primero utilizando colores (el rojo, por supuesto, para las más pecaminosas[62]) y, desde 1950, con números y letras: 3-R (para mayores con reparos) y 4 (gravemente peligrosas). Las películas se exhibían censuradas, con secuencias suprimidas o diálogos alterados que cambiaban su sentido y las hacían difícilmente comprensibles, y algunas tardaron muchos años en estrenarse; por ejemplo, *Lo que el viento se llevó,* de 1939, no llegó a España hasta 1952.

F

E
La Vanguardia Española, 27 de mayo de 1952. Hemeroteca Municipal de Madrid

F
La Vanguardia Española, 25 de mayo de 1952. Hemeroteca Municipal de Madrid

[60]
Lola Gavarrón, *Piel de ángel. Historias de la ropa interior femenina*, Barcelona, Tusquets, 1982, p. 272.

[61]
Román Gubern, *op. cit.*, p. 90.

[62]
Blanco: tolerada para todos los públicos; rosa, para mayores de 12 años; rosa fuerte, levemente peligrosa; rojo, gravemente peligrosa, prohibida para todos los públicos.

A
Vértice, febrero de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 30 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Y. Revista de la mujer,
octubre de 1939.

D
Tarjeta de propaganda, años 40.
Colección particular

E
ABC, 24 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Vértice, febrero de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

A pesar del filtro de la censura, las películas extranjeras le parecían a la Iglesia escandalosas, pero igual o más preocupante aún era la pecaminosa tentación que suponía la sala oscura de los cines para los atrevimientos de las parejas. El título de la contribución de Javier Muñoz Soro incluida en este libro, "En el temor de Dios: nacionalcatolicismo y reconquista cristiana de la sociedad en la posguerra española", es muy indicativo del papel que la Iglesia se arrogó en los años a los que hemos dedicado este estudio.

B

E

C

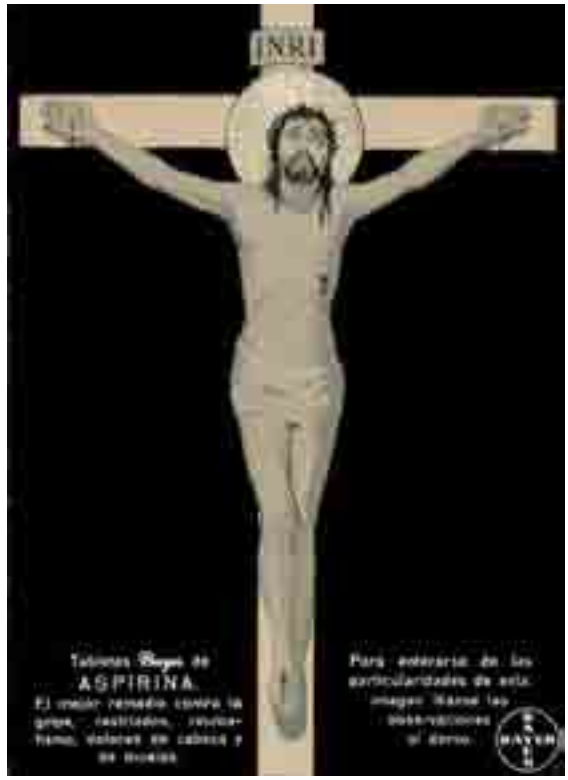
D

F

G

H

I



J

G, H, J
Tarjetas anunciando Aspirina de Bayer, años 40. 18 x 12,5 cm

I
Reverso de la tarjeta J

A
Cartel, años 40. 33 x 24 cm
Colección Carlos Velasco

A

B

C

D

E

B, D
Carteles, años 40. 34 x 25 cm
Colección Carlos Velasco

C, E
Carteles, años 40. 33 x 24 cm
Colección Carlos Velasco

A
Semana, 22 de julio de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
La Vanguardia Española,
julio de 1944. Hemeroteca
Municipal de Madrid

C
Radiocinema, julio de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Semana, julio de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Vértice, 45, junio de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Cartel, años 40.
Colección particular

G
Hasta las láminas de anatomía
para los colegios tenían un paño
cubriendo la parte inferior.
AGA (3) 48 -21/57

A

B

C

D

E

F

G

Por suerte para Franco, pronto iba a producirse un cambio en el escenario internacional que le resultaría extraordinariamente favorable. La confrontación entre las potencias occidentales y la Unión Soviética, conocida como "guerra fría", cambió la perspectiva de Estados Unidos con respecto a España, lo que determinó que el régimen franquista no sólo lograse sobrevivir sino que en los años cincuenta se consolidara plenamente, confirmando el poder omnímodo y vitalicio de Franco.

Cartel de la campaña propagandística a favor del sí en el referéndum del 6 de julio de 1947 a que fue sometida la Ley de Sucesión a la Jefatura del Estado.
100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

3. Hombre, mujer y familia franquistas

Las normas impuestas por la Iglesia de una moral anacrónica, mojigata y demonizadora –que el Estado confesional franquista refrendó– tuvieron sobre todo a la mujer como objetivo. Ángela Cenarro nos explica, en el texto que se incluye en este libro, cómo la dictadura interrumpió el proceso de afirmación de un nuevo modelo de mujer que se había desarrollado en la República. En los anuncios es muy visible este retroceso. Si la mujer de los años treinta se había liberado de la faja-tubo, con el franquismo volvieron los corsés, corpiños, calzones y ballenas. "Fue la apoteosis, la victoria y el reino de esa corsetería entre ortopédica y coriácea."[63] Los apartados femeninos de las publicaciones aconsejaban llevar faja incluso en verano y se daban recomendaciones hasta sobre los colores de las mismas, o blancas o de color carne. Era una especie de "cinturón de castidad protector de la virtud"[64]. Son innumerables los anuncios de fajas y corsés que contienen los periódicos.

La mujer decente no debía llevar ni vestidos ceñidos o demasiado estrechos, ni demasiado cortos ni demasiado escotados. El vestido era una defensa del pudor, pero también podía ser fuente de las peores tentaciones: "En muchos figurines que os impone la moda hay, señoras –decía el cardenal Gomá, Primado de España–, una malicia profunda del dibujante o del modisto que, más que vestiros, parece que se ha propuesto ejercer lo que un crítico llamaba 'el arte de desnudar la decencia', tal es la perversa intención que delatan ciertos recortes, gasas, pliegues y colores en cuya combinación se ocupan los grandes sacerdotes de la moda para profanar vuestros cuerpos y hacer de ellos cebo de pecado"[65].

[63]
Lola Gavarrón, *op. cit.*, p. 270. Véase James A. Michener, Iberia. Spanish Travels and Reflections, escrito en los años sesenta.

[64]
Viaje a la España de posguerra, Madrid, Temas de Hoy, 1999, p. 42.

[65]
Cardenal I. Gomá, Las modas y el lujo, citado por Daniel Sueiro y Bernardo Diaz Nosty, *op. cit.*, fasc. 22, p. 137; citado también por Rafael Abella, p. 79.

A

B

A
Cartel de encuadramiento de la mujer del Frente de Juventudes de Falange, 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

B
Y. Revista de la mujer, noviembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

La propaganda patriótica del régimen asumió como propio el llamamiento a un "vestir cristiano" con consignas como "Decídete, mujer. Harás Patria si haces costumbres sanas con tu vestir cristiano" o "¡Mujer!, la llave del triunfo es la modestia: ni escotes, ni brazos desnudos, ni vestidos cortos, ni abiertos ni ceñidos". Durante años, se consideró también inmoral a la mujer vestida de hombre, es decir, con pantalones. La masculinización de la mujer, identificada con la miliciana de mono azul, era anatema absoluto para el régimen por la trasgresión que entrañaba del tradicional papel femenino. Ninguna mujer decente debía ser vista en pantalones largos. En el mejor de los casos era sinónimo de ramera. El padre Quintín de Sariegos lo expresaba con claridad: "La mujer en pantalones es una mujer vestida de hombre, que adopta las formas de convivencia contrarias a su sexo, y esta conducta incluye una especie de aberración del sexo, que suscita fácilmente ideas de perversión y llamadas al pecado... El ver a una mujer en pantalones dificulta, si es que no imposibilita, suponer en ella virtud, modestia y dignidad"[66].

[66]
Cuestiones acerca de la moralidad pública, citado por Daniel Sueiro y Bernardo Díaz Nosty, *op. cit.*, fasc. 22, p. 137.

C

D

E

C
Cartel de encuadramiento de la mujer del Frente de Juventudes de Falange. 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

D
Medina, 17 de abril de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Portada de la revista *Y* de la Sección Femenina (Y, monograma de la Reina Isabel la Católica, fue el distintivo principal de la Sección Femenina). Colección particular

Para salir a la calle y, desde luego, para ir a la iglesia, nada de tirantes o manga corta y, por supuesto, nada de ir sin medias. Según las normas de moral imperantes, las niñas debían llevarlas a partir de los doce años. El cardenal Plá y Deniel enumeraba las reglas básicas de la decencia en la indumentaria:

> Los vestidos no deben ser tan cortos que no cubran la mayor parte de la pierna; no es tolerable que lleguen sólo a la rodilla. Es contra la modestia el escote, y los hay tan atrevidos que pudieran ser gravemente pecaminosos por la deshonesta intención que revelan o por el escándalo que producen. Es contra la modestia el llevar la manga corta de manera que no cubra el brazo, al menos hasta el codo. Es contra la modestia no llevar medias. Aun a las niñas debe llegarles la falda hasta la rodilla y las que han cumplido doce años deben llevar medias. Los niños no deben llevar los muslos desnudos[67]. No es peligro baladí el que un joven y una joven vayan solos a lugares apartados o estén solos en lugar no público y los padres no deben permitirlo y pecan cuando se lo permiten[68].

[67]
En este particular, el arzobispo llegó a enfrentarse con las jerarquías de Falange al mostrar su profundo rechazo del pantalón corto utilizado por los Flechas y Cadetes en sus constantes manifestaciones urbanas. "Podían excitar las pasiones de las tiernas muchachitas espectadoras" (véase Alonso Tejada, *La represión sexual en la España de Franco*, Barcelona, Círculo de Lectores, 1977).

[68]
Rafael Abella, *Por el Imperio hacia Dios*, ed. cit., p. 150.

pubertad de vuestras hijitas, ayudadlas con Eupartol. **Futuras madres: debéis tomar Eupartol y tendréis hijos sanos y robustos (mejoraréis la raza).** Muchas ya conocéis innumera-

A

B

C

A
Medina (detalle de anuncio),
17 de julio de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Medina, 19 de junio de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Cartel del Día de la Madre de 1945,
67,5 x 48 cm
Colección Carlos Velasco.
Todos los 8 de diciembre, festividad de la Purísima, además de exaltar el dogma de la Inmaculada, el Régimen rendía homenaje a la abnegación de las madres españolas, fundamental para el engrandecimiento de la Patria al trasmitir a sus hijos "las virtudes de lo auténtico".

D

F

E

G

Sobre las relaciones de las parejas jóvenes, un sermón del padre Avellanosa, especialista en cuestiones relacionadas con la juventud, advertía:

> Las parejas no deben salir solas. Los riesgos de la tentación son muchos y el maligno no descansa en su empeño por pervertir las almas puras. Por eso, es bueno que los novios vayan siempre acompañados por persona formal, con años y moralmente preparada, que sea para ellos como escudo que les libre de las tentaciones. Esta sana precaución no debe abandonarse ni cuando la formalización de las relaciones asegura la proximidad del Santo Sacramento del Matrimonio. Antes al contrario: la cercanía del tálamo vuelve a los hombres más rijosos y a las mujeres más fáciles a entregarse a un anticipo. Por ello, ni las más firmes promesas deben eludir la vigilante compañía de un familiar o carabina que los haga mantener castos y puros hasta la hora en que, bendecida la unión, pueden entregarse a cumplir con los deberes de estricta procreación para los que se fundó y santificó la unión matrimonial[69].

D
Almanaque de Flechas y Pelayos de 1940. Colección particular

E
Fotos, 24 de junio de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Fotos, mayo de 1943. Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Certificado del SEU para la mujer universitaria, 1940. 24 x 28,8 cm Colección Carlos Velasco

[69] Rafael Abella, *La vida cotidiana...*, p. 75.

A

B

C

A
Cartel publicitario de máquina de coser Alfa (Eibar), 1948. 84 x 61 cm
Colección Carlos Velasco

B
Mujer, 1941. Colección particular

C
Niña y abuela cosiendo, Cartoncillo, años 40. 25 x 18,5 cm
Colección Carlos Velasco

D

E

F

G

H

D
ABC, 3 de abril de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 11 de marzo de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 5 de febrero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartel [años 50], 50 x 35 cm
Colección Carlos Velasco

H
Mujer, abril de 1948.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

A
Título de profesora de Corte y Confección, cartoncillo, 1945.
49,5 x 64,5 cm
Colección Carlos Velasco

B
ABC, 7 de enero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española,
24 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B

La Iglesia abominaba de un sexo que no fuera estrictamente reproductor. La sexualidad se negó a fuerza de silenciarla. "Cuerpo, placer y sexualidad eran temas tabú, elementos de tentación y pecado."[70] En la escuela no existía ningún tipo de formación sexual. En la prensa tampoco la sexualidad tuvo cabida, si bien hemos comprobado que no son pocos los anuncios de la época, en concreto en revistas de cierta sofisticación para consumo de la clase alta –como la revista Mujer–, que contienen anuncios con una sexualidad subliminal que fue permitida por los censores.

En aquel mundo de doble moral, aunque no se podía hablar de sexo, para no dar lugar a pensamientos y actitudes considerados pecaminosos, la prostitución prosperó, en gran parte como consecuencia de la miseria y el hambre que llevó a muchas mujeres a buscar este medio de vida, pero también como válvula de escape de una sociedad sexualmente opresiva[71]. Las "casas de citas" fueron el modo de subsistencia de muchas viudas, lugares clandestinos pero tolerados. Los burdeles "se contaban por millares y formaban parte del entretenimiento cotidiano de muchos ciudadanos"[72]. Había desde los prostíbulos más baratos y sórdidos de los "barrios chinos" de las ciudades hasta la prostitución de postín, las prostitutas de lujo en las zonas elegantes[73]. Para los bolsillos más modestos, podía costar dos o tres duros; las más selectas cobraban de 200 a 500 pesetas. De esa forma los "fogosos

C

[70]
María Guadalupe Pedrero y Concha Piñero (coords.), *Tejiendo recuerdos de la España de ayer. Experiencias de postguerra en el régimen franquista,* Madrid, Narcea, 2006, p. 162.

[71]
Véase Mirta Núñez-Balart, Mujeres caídas. *La prostitución en la España franquista,* Madrid, Oberon, 2003. Assumpta Roura (ed.), Mujeres para después de una guerra. Informes sobre moralidad y prostitución en la posguerra española, Barcelona, Flor del Viento, 1998.

[72]
Vizcaíno Casas, *La España de la posguerra...*, p. 308.

[73]
Estaban además los cabarets, las salas de fiesta, las *boîtes* y otros bares con reservados que retaban las ordenan-

D

D
Mujer, febrero de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Mujer, años 40.
Colección Carlos Velasco

españoles se desahogaban con mujeres ya 'perdidas', respetando la virtud de las púdicas novias"[74]. El puritanismo del nacionalcatolicismo tenía como consecuencia la división de la mujeres en vírgenes y putas, decentes y perdidas. En la publicidad es difícil captar esta doble moral de la sociedad que consentía las bien llamadas "casas de tolerancia", consideradas un desahogo natural del hombre frente a la obligada pureza de la mujer. Quizás donde mejor puede verse es en los anuncios de tratamientos de enfermedades venéreas como la sífilis o la blenorragia, para las que se anunciaban, aunque sin mucho alarde, diferentes pomadas y específicos.

Característico del régimen franquista fue la desigualdad de hombre y mujer. La coeducación quedó totalmente prohibida mediante una ley de mayo de 1939. Se llegó a decir que "la coeducación o emparejamiento escolar es un crimen ministerial contra las mujeres decentes, es un delito contra la salud de un Pueblo"[75]. La Nueva España, se dijo, había recuperado la familia al derogar el matrimonio

E

zas de la época, las cuales obligaban, por ejemplo, a que el tope mínimo de luz permitiera la lectura del periódico. "Los inspectores visitaban estos locales provistos de un ejemplar del diario vespertino para efectuar la verificación empírica" (Román Gubern, *op. cit.*, p. 119). En las suntuosas salas de fiestas, como el Rigat de Barcelona, o Chicote en Madrid, las "señoritas de la casa", elegantes, recatadas, nunca se insinuaban a los clientes, era preciso que éstos tomaran la iniciativa. Esos bares con espectáculo eran "islotes liberalizadores" en el seno de una sociedad reprimida. "Estaban también los meublés, limpios, discretos, incluso lujosos, donde se alquilaban *chambres pour l'amour*, con muchos espejos y luces de colores, dentro de la mayor legalidad ya que la tolerancia gubernativa era total" (Fernando Vizcaíno Casas, *Los pasos contados. Memorias I*, ed. cit., p. 169).

[74]
Fernando Díaz-Plaja, *op. cit.*, p. 157.

[75]
María Teresa Gallego Méndez, *Mujer, Falange y franquismo*, Madrid, Taurus, 1983, p. 154-155.

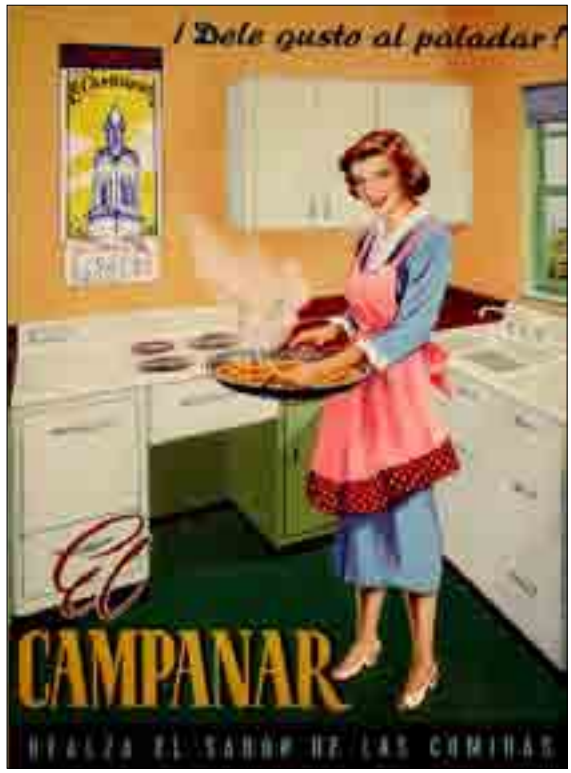
A
Cartoncillo, años 40. 29,2 x 27,2 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, años 50. 40 x 30,3 cm
Colección Carlos Velasco

C
Cartel, años 40. 33 x 23 cm
Colección Carlos Velasco

D
Cartoncillo, años 40. 30 x 20 cm
Colección Carlos Velasco

A



B

C

D

civil, ilegalizar el divorcio, penalizar los anticonceptivos, hacer desaparecer la igualdad entre hijos legítimos e ilegítimos y prohibir la coeducación en las escuelas. El Ministro de Trabajo, José Antonio Girón, se refería al "rosario de libertinajes morales y materiales" que la República había permitido atacando a la familia "al tolerar en nuestro país la presencia de elementos exóticos como el maltusianismo, la pornografía, la educación sexual y la coeducación en las escuelas"[76].

Niñas y niños recibirían una educación por separado, ellos orientados al ámbito profesional, ellas al doméstico. En un texto pedagógico se podía leer:

> A las hembras no hay que empantalonarlas, no hay que permitir que jueguen al estilo varón, ni a juegos propios de varones; hay que reprimir todo gesto, todo ademán, toda actitud propia del hombre; no tolerarle malas crianzas como responder varonilmente o con altivez a una reprimenda o advertencia dada (...). Fuera de casa o dentro de ella hay que evitar que hable recio y en forma imperativa a los hermanos varones, así sean ellos más pequeños; debe evitar también toda hembra juegos con trenes, torres, rompecabezas, juguetes de tipo eléctrico y de guerra. Ni pantalones, ni cigarrillos. Fiesta sí, libertinaje no[77].

Los juguetes que se anunciaban, en paralelo con este sexismo, eran muy distintos según se tratase de niños o niñas. Para ellos, juguetes de construcciones como el famoso mecano. Las niñas, en cambio, aparecen en los anuncios siempre imitando a sus madres en las tareas domésticas y, por supuesto, jugando con muñecas. "Los primeros juguetes de las niñas –se puede leer en un libro de

E

F

E
Cartoncillo, años 40. 20 x 30,7 cm
Colección Carlos Velasco

F
Display cartón, años 50. 29,5 x 22 cm
Colección Carlos Velasco

G
Lecturas, febrero de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
Lecturas, febrero de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
ABC, 16 de julio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

J
La Vanguardia Española,
14 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G

H

I

J

[76] "Quince años de política social dirigida por Franco", p. 12-13, citado por Carme Molinero, *op. cit.*, p. 111.

[77] Juan Ametller Portella, *Pedagogía familiar*, citado en VV. AA., *Textos para la historia de las mujeres en España*, Madrid, Cátedra, 1994, p. 387.

A

educación femenina de la época– han de ser las muñecas o cosas parecidas en conformidad con sus fines ulteriores. Por donde se lleve el agua, por allí corre; y el agua es la conciencia de las niñas en sus primeros años; que corra por sus cauces propios y femeninos."[78] La verdad es que en aquel mundo de penuria no había mucha variedad de juguetes infantiles. Las muñecas peponas se vendían a un duro, pero el sueño de toda niña de posguerra era conseguir una "Mariquita Pérez", que sólo podían permitirse las de la clase pudiente porque su precio resultaba para la mayoría exorbitante –comenzaron vendiéndose a 95 pesetas–, a lo que debía añadirse lo que costaban los más de cien vestidos de su guardarropa que se comercializaban por separado. Otras muñecas, más económicas, como Gisela o Mariló, no fueron tan deseadas como la Mariquita Pérez, que se convirtió en un éxito de la industria nacional, invento de dos aristócratas, doña Leonor Coello de Portugal y doña María Pilar Luca de Tena.

El régimen consideró innecesario que la mujer española realizase estudios superiores; en palabras de José Pemartín, director general de Enseñanza Media y Superior, a las mujeres había que apartarlas "de la pedantería feminista de bachilleres y universitarias, que deben ser la excepción, orientándolas hacia su propio magnífico ser femenino que se desarrolla en el hogar" [79]. Las pocas que estudiaban en la Universidad eran, por lo que se ve, de lo más recatadas, según un reportaje sobre las muchachas de la Facultad de Filosofía y Letras publicado en el diario Madrid: "Ha desaparecido de las aulas aquel virago comunista, engendro de las Casas del Pueblo, de modales hombrunos, gestos procaces y habla desgarrada (...), aquellas muchachas descocadas (...). Hoy las señoritas estudiantes llevan medallitas o escapularios y, siendo modernas, rinden culto al espíritu tradicional y católico de su país"[80].

"El Estado libertará a la mujer casada del taller y de la fábrica", había establecido en 1938 el Fuero del Trabajo, una de las primeras leyes que configuraban la Nueva España. "La única misión que tienen asignada las mujeres en la tarea de la Patria es el Hogar", había dicho en 1939 Pilar Primo de Rivera, jefa de la Sección Femenina. En la precaria economía de posguerra, la eficiencia doméstica era esencial para la "regeneración nacional" y, de paso, si la mujer se recluía en el espacio doméstico, el trabajo asalariado quedaba reservado sólo al hombre, lo que paliaba el elevado índice de paro. El régimen fomentó la dedicación de la mujer en los

B

A
Fotos, enero de 1949. Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Semana, 26 de septiembre de 1944. Hemeroteca Municipal de Madrid

[79]
José Pemartín, *Qué es "lo nuevo"*, Madrid, 1940, p. 142.

[80]
Citado por María Cruz Seoane, "La tradición de la que surgió Madrid", en diario *Madrid*. De la independencia a la libertad (1939-1971), Madrid, 1992.

C

D

E

C
Cartel, años 40. 32,5 x 22,5 cm
Colección Carlos Velasco

D
Medina, 17 de abril de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Fotos, 16 de febrero de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

A
Fotos, octubre de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Cámara, 15 de marzo de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Cartel, años 40. 70,5 x 48,5 cm
Colección Carlos Velasco. Visnú es una de las marcas de cosmética más anunciadas en estos años.

D

E

F

G

D
Cartel, años 40. 22,2 x 15,5 cm
Colección Carlos Velasco

E
Lecturas, 359, septiembre de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Semana, 10 de octubre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartel, 1947. 30,2 x 20,8 cm
Colección Carlos Velasco

A
Fotos, mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Semana, 13 de octubre de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Cartel, años 50. 47,2 x 36 cm
Colección Carlos Velasco

A

B

C

pueblos a ciertas industrias artesanales, como las manualidades tradicionales y la agricultura doméstica a pequeña escala, en las que el trabajo femenino no competía con el masculino sino que servía para reforzar la economía familiar. La asignatura de "Hogar" se introdujo en el programa escolar para las niñas, abarcando nociones de economía doméstica, cocina, labores, corte, zurcido y trabajos manuales. "Por fin –se anunciaba desde la Sección Femenina– hay un Estado que se ocupa de realizar el sueño de tantas mujeres españolas: el ser amas de casa"[81]. Estas funciones femeninas fueron enaltecidas con un lenguaje "ennoblecedor" y, así, los trabajos de la casa resultaron ser "ciencia doméstica", y en algunos de los manuales de formación femenina se lee que "la mujer es el Ministro de Economía de la casa y el hombre es el contribuyente", o que el hogar "es escuela doméstica de diplomacia"[82].

Las mujeres que desarrollaban un trabajo fuera del hogar, las menos, cumplían tareas de asistencia social, extensión de sus actividades dentro de la familia, como enfermeras o maestras. Muchas eran también modistas que cosían a domicilio o en algún taller de costura. "Perfeccionar las labores de aguja", en cualquier caso, era un muy adecuado quehacer femenino; se decía que los hom-

[81]
Marichu de la Mora, "La ilusión de ser ama de casa", en *Y. Revista de la Sección Femenina* (junio de 1943).

[82]
Véase J. Clavería Arangua, *La armonía de vivir*, y *Dr. Maldonado, El libro de la recién casada*, citados por Giuliana Di Febo, "Nuevo Estado, nacionalcatolicismo y género", en Gloria Nielfa (ed.), *Mujeres y hombres en la España franquista: Sociedad, economía, política, cultura*, Universidad Complutense de Madrid, 2003, p. 32.

D

E

F

D
Mujer, julio de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Semana, 25 de noviembre de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Cartel, años 50. 30,8 x 23,6 cm
Colección Carlos Velasco

bres se enamoraban de las chicas que sabían coser. "Una mujer sin aguja... es como un sábado sin sol."[83] En los pueblos, las mujeres y las niñas ya crecidas llenaban las largas horas del invierno cosiendo: "Vainicas y festones, punto de cruz, bodoques, ojetes, punto de incrustación, punto matizado, arenillas y realces... Coser y coser todo el tiempo, no sólo labores finas de señorita sino también repasar, zurcir y poner piezas a las sábanas"[84]. La publicidad está llena de imágenes de mujeres cosiendo y, en los innumerables anuncios de máquinas de coser, una mujer siempre radiante asegura que poseerla es su "ilusión cumplida" o "el complemento de mi felicidad". También son frecuentísimos los anuncios de academias de corte y confección a domicilio que se anunciaban como "la solución esperada por toda mujer": la de poder hacer los vestidos de toda la familia sin salir de casa.

Proliferaron por entonces multitud de libros de formación y orientación pedagógica para "jovencitas", chicas casaderas, esposas y madres, en los que se definía a la "mujer ideal" según los valores del régimen. La perfecta casada de Fray Luis de León solía ser regalo de bodas[85]. En esos libros se podían leer aseveraciones como ésta: "Sin hijos, la mujer es un cuerpo incompleto, un alma insatisfecha, ya que es precisamente por las alegrías del amor, de la maternidad y de la familia como la mu-

[83]
Sección Femenina, anuario de 1941.

[84]
Amalia Avia, *op. cit.*, p. 134, 136.

[85]
Giuliana Di Febo, *op. cit.*, p. 33. Véase también Jordi Roca i Girona, *De la pureza a la maternidad. La construcción del género femenino en la postguerra española*, Madrid, Ministerio de Educación y Cultura, 1996.

A

B

A
Cartel, años 40. 44,3 x 31 cm
Colección Carlos Velasco. Veronica Lake puso de moda el peinado, que muchas mujeres imitaron.

B
Mujer, número extra, abril de 1945. Colección particular. La conocida perfumería Parera eligió a Greta Garbo para uno de sus anuncios del perfume Cocaína en Flor.

C
Semana, 9 de diciembre de 1947. Hemeroteca Municipal de Madrid

C

jer realiza su espléndido destino"[86]. El mantenimiento del hogar y el cuidado de los hijos eran los campos indiscutiblemente femeninos. "El verdadero deber de las mujeres para con la Patria es formar familias", "España quiere y necesita matrimonios felices con muchos hijos", repetía Pilar Primo de Rivera. El crecimiento demográfico era necesario para el engrandecimiento de la nación. Fueron muchas las medidas adoptadas para estimular la natalidad como el subsidio familiar, los premios para las familias numerosas o los préstamos de nupcialidad, además de las estrictamente represivas como la penalización de los anticonceptivos y del aborto. Franco había afirmado que el objetivo propuesto era alcanzar los cuarenta millones de españoles. Así que la forma de cumplir con la Patria para la mujer era ser madre, tener muchos hijos y saber cuidarlos para evitar que murieran. Ésa era su "patriótica misión". La campaña de protección de la madre y el niño, la lucha contra la mortalidad infantil, las medidas para paliar las terribles condiciones higiénicas y sanitarias de la posguerra, estaban estrechamente vincula-

[86]
Edith Carnot, *El libro de la joven*, Madrid, 1961, p. 56.

D
Mujer, febrero de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Lecturas, 200, 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

E

A

del régimen, la práctica del deporte, que no sólo inculcaba disciplina y moral, sino que, sobre todo, reforzaba la musculatura pélvica beneficiosa para tener un buen parto[88]. El deporte femenino era, pues, otra contribución de la mujer a la "mejora de la raza" necesaria para la Patria. Eso sí, la vestimenta deportiva estaba sujeta a unas normas de decencia ejemplarizadas en el famoso e incómodo "pololo", un calzón oscuro de corte moruno que se ajustaba por encima de la rodilla[89]. La Sección Femenina promovió la gimnasia femenina para realzar la gracia de movimientos en la mujer, a lo que se ajustaban también estupendamente los bailes y danzas populares que tanto potenció, pero también se recordó a las mujeres que esa beneficiosa gimnasia podía perfectamente realizarla dentro del hogar, sencillamente llevando a cabo las tareas domésticas habituales: "La limpieza y

A
Fotos, 15 de junio de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Lecturas, diciembre de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 22 de abril de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
La Vanguardia Española, 1944.
Hemeroteca Municipal de Madrid

das a la política pronatalista del régimen, que necesitaba madres fuertes que parieran y criaran niños sanos que el día de mañana fuesen útiles a la Patria: "Todo niño que en España nace a través de los brazos de su madre pertenece a España" fue el lema de algunos carteles de propaganda.

Los consejos para educar a las madres en la alimentación, higiene y cuidado de sus hijos a fin de "sanear la raza" no están sólo en la propaganda institucional de Auxilio Social[87] o de Sección Femenina, sino también en la publicidad comercial de multitud de productos, sobre todo farmacéuticos y alimentos infantiles (harinas lacteadas, jarabes reconstituyentes...). "¡Madre! Debes hijos sanos a España", rezaba el eslogan de un anuncio de "harinas irradiadas Artiach". El llamamiento publicitario a las madres para que prestasen atención a la salud de sus hijos fue un recurso que se repitió una y otra vez en anuncios de muy variados productos dedicados al desarrollo de los niños. También muchos productos dedicados a las madres –por ejemplo, reconstituyentes– se anunciaban, siguiendo las consignas del régimen, con lemas que aludían a la necesidad de que éstas estuviesen fuertes y vigorosas para poder cumplir con su misión biológica de parir y criar niños sanos.

La específica función maternal asignada a la mujer hacía muy recomendable, según el discurso

B

C

D

[87]
"Se acabó aquello de destetar a un niño con chorizo y vino tinto, y de curarle con rodajas de cebolla o tomate [...]. Queremos niños que sepan rezar el Padrenuestro y que, jubilosos, levanten el brazo al paso de nuestra bandera", decía un folleto de Auxilio Social titulado "Por la madre y el niño" (citado por Carme Molinero, *op. cit.*, p. 167).

[88]
Véase Marie-Aline Borrachina, "Discurso médico y modelos de género. Pequeña historia de una vuelta atrás", en Gloria Nielfa (ed.), *Mujeres y hombres en la España franquista*, ed. cit., p. 87. De esta misma autora, véase *Propagande et culture dans l'Espagne franquista (1936-1945)*, Grenoble, Ellug, 1998.

[89]
Carmen Martín Gaite, *op. cit.*, p. 62

E

F

G

H

abrillantado de los pavimentos, quitar el polvo de los sitios altos, limpiar los cristales, sacudir los trajes, cumplen los mismos objetivos que un ejercicio programado o un deporte"[90].

La madre española fue enaltecida y exaltada por el régimen. A ella se le dedicaba un día, el 8 de diciembre, día de la Inmaculada, día de la Madre, en el que se rendía fervoroso homenaje a su abnegación, sus sacrificios, sus desvelos. Con este motivo se mandaban textos a las emisoras de radio para que fueran emitidos, así como artículos y entrefiletes para que se publicaran en la prensa y para la edición de carteles, con lemas como "lo más sagrado después de Dios y de la Patria es la madre", "tu madre te dio la alegría y el orgullo de nacer en España", "el sacrificio de la madre española hace el engrandecimiento de la Patria", "el Frente de Juventudes quiere que el día 8 lo dediques a tu madre, acoge este deseo como consigna de ese día", "una buena calificación escolar, una atención cualquiera... será la alegría de tu madre el día de la Inmaculada", etcétera. Se programaban, además, actos religiosos, exposiciones, competiciones y otros homenajes en los que los flechas y pelayos gritaban "sentimos el orgullo de nuestra madre española"[91].

Al honrar a la madre se estaba proclamando, según otro lema de Falange, su más hermosa virtud: la abnegación. En numerosas obras sobre normas de educación femenina se decía que la mujer tenía una natural disposición al sacrificio y a la abnegación porque "servir, prestar servicio, es siempre agradable a toda naturaleza femenina". Pero, además de sacrificada, debía ser sumisa, según esos mismos consejos para la mujer que llenaban las páginas de libros de "formación" y revistas femeninas: "La vida de toda mujer, a pesar de cuanto ella quiera simular –o disimular–, no es más que un continuo deseo de encontrar a quien someterse. La dependencia voluntaria, la ofrenda de todos los minutos, de todos los deseos e ilusiones, es lo más hermoso porque es la absorción de todos los malos gérmenes –vanidad, egoísmo, frivolidad– por amor"[92]. La única felicidad legítima

E, F
La Vanguardia Española, 1944.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Lecturas, octubre de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
ABC, 5 de enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[90]
Teresa, revista de la Sección Femenina, marzo de 1961, citado por L. Otero, *op. cit.*, p. 150.

[91]
Véase AGA (3) 60- 21/806.

[92]
Esto decía un consultorio de la revista *Medina*: "Consúltame", 13 de agosto de 1944, citado por Carmen Martín Gaite, *op. cit.*, p. 45.

[93]
"Consúltame", *Medina* (13 de junio de 1943).

A
Medina, 30 de noviembre de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Semana, 9 de junio de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Mis Chicas, 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
ABC, 2 de enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
La Vanguardia Española, suplemento gráfico de 20 de agosto de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

E

para la mujer era la dependencia del varón; su sumisión, al padre primero, al marido después. En el seno de la familia franquista se reproducen las relaciones jerárquicas de la sociedad. Un modelo de familia basado en los valores de autoridad, disciplina, obediencia y sumisión. En la publicidad, es muy llamativa la reiteración de una imagen, sea cual sea el producto anunciado, en la que el marido aparece en el hogar cómodamente sentado en un sillón leyendo el periódico, mientras la mujer, de pie y rodeada de los hijos, aparece en actitud solícita, presta a atender cualquier deseo de él. "No puede sentirse una mujer placenteramente feliz si no es bajo el cobijo de una sombra más fuerte. Precisa nuestra feminidad sentirse frágil y protegida."[93] Las mujeres debían dejarse guiar por la voluntad más fuerte y la sabiduría del hombre;

F

G

ellas, en palabras de Pilar Primo de Rivera, "nunca descubren nada, les falta ese talento creador reservado por Dios para las inteligencias varoniles; nosotras no podemos hacer nada más que interpretar lo que los hombres han hecho". "Yo espero de vuestra humildad –en eso consistirá vuestra grandeza– que os deis cuenta de que el nacional-sindicalismo lo harán los hombres; pero vosotras haréis a los hombres nacional-sindicalistas."[94]

La extensísima y humillante literatura de consejos prácticos recomendaba una y otra vez a la mujer obediencia y sumisión. El padre Enciso Viana lo formuló así en uno de sus panfletos doctrinales: "Ya lo sabes, cuando estés casada, jamás te enfrentarás con él, ni opondrás a su genio tu genio, y a su intransigencia la tuya. Cuando se enfade, callarás; cuando grite, bajarás la cabeza sin replicar; cuando exija, cederás, a no ser que tu conciencia cristiana te lo impida. En este caso, no cederás, pero tampoco te opondrás directamente: esquivarás el golpe, te harás a un lado y dejarás que pase el tiempo. Soportar es la fórmula... Amar es soportar"[95].

F
Horizonte, número de Navidad, diciembre de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartel, 1940. 23,5 x 18,5 cm
Colección Carlos Velasco

[93]
"Consúltame", *Medina* (13 de junio de 1943).

[94]
Conferencia del camarada Eugenio Montes en el IV Consejo Nacional de la Sección Femenina de FET y de las JONS, Madrid, enero de 1940, citado por Carme Molinero, *op. cit.*, p. 162.

[95]
E. Enciso, *La muchacha en el noviazgo*, citado por Daniel Sueiro y Bernardo Díaz Nosty, *op. cit.* t. III, fasc. 42, p. 240. Véase también Miguel Ángel Ruiz Carnicer, en J. Gracia y M. A. Ruiz Carnicer, *La España de Franco. Cultura y vida cotidiana*, Madrid, Síntesis, 2001, p. 122.

A
Fotos, junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 2 de abril de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

En un tratado de economía doméstica editado en 1958 por la Sección Femenina, se daban a las mujeres las siguientes recomendaciones:

> Ten preparada una comida deliciosa para cuando él regrese del trabajo. [...] Ofrécete a quitarle los zapatos. Habla en tono bajo, relajado y placentero. Prepárate: retoca tu maquillaje. [...] Durante los meses más fríos deberías preparar y encender un fuego en la chimenea para que él se relaje frente a él. Después de todo, preocuparse por su comodidad te proporcionará una satisfacción personal inmensa. Minimiza cualquier ruido. En el momento de su llegada, elimina zumbidos de lavadora o aspirador. Salúdale con una cálida sonrisa y demuéstrale tu deseo de complacerle. Escúchale, déjale hablar primero; recuerda que sus temas de conversación son más importantes que los tuyos. Nunca te quejes si llega tarde, o si sale a cenar o a otros lugares de diversión sin ti. Intenta, en cambio, comprender su mundo de tensión y estrés y sus necesidades reales. Haz que se sienta a gusto, que repose en un sillón cómodo. [...] Anima a tu marido a poner en práctica sus aficiones e intereses y sírvele de apoyo sin ser excesivamente insistente. Si tú tienes alguna afición, intenta no aburrirle hablándole de ésta ya que los intereses de las mujeres son triviales comparados con los de los hombres. [...] Recuerda que debes tener un aspecto inmejorable a la hora de ir a la cama. Si debes aplicarte crema facial o rulos para el cabello, espera hasta que él esté dormido. [...] Si él siente la necesidad de dormir, que sea así, no le presiones ni estimules la intimidad. Si tu marido sugiere la unión, entonces accede humildemente, teniendo siempre en cuenta que su satisfacción es más importante que la de una mujer. Cuando alcance el momento culminante, un pequeño gemido por tu parte es suficiente para indicar cualquier goce que hayas podido experimentar. Si tu marido te pidiera prácticas sexuales inusuales, sé obediente y no te quejes. Es probable que tu marido caiga entonces en un sueño profundo, así que acomódate la ropa, refréscate y aplícate crema facial para la noche y tus productos para el cabello. Puedes entonces ajustar el despertador para levantarte un poco antes que él por la mañana. Esto te permitirá tener lista una taza de té para cuando despierte[96].

La mujer que propugna el régimen debe ser solícita, dulce, sonriente, benevolente, optimista, ani-

[96]
Economía doméstica para bachillerato y magisterio, Sección Femenina de FET y de las JONS, 1958.

C

D

E

F

G

C
Cámara, 1 de enero de 1950. Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Radiocinema, 1 de diciembre de 1956. Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Vértice, febrero de 1941. Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Radiocinema, 28 de enero de 1956. Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Semana, 173, 6 de julio de 1943. Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Y. Revista de la mujer,
abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 3 de abril de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

mosa, alegre: "Nada más desagradable que una mujer con cara áspera, agria, malhumorada, que parece siempre reprocharnos algo. El hombre puede tener aspecto severo; dirán de él que es austero, viril, enérgico. La mujer debe tener aspecto dulce, suave, amable. En fin, debe sonreír lo más posible"[97].

La mujer decente debía de controlar, además de sus ropas, su manera de proceder en público. Una mujer, al sentarse, debía estirarse la falda y no cruzar las piernas. Su aspecto físico, además, debía ser "encantador". En la posguerra, muchos de los innumerables productos de belleza femeninos, que ya se anunciaban en los años treinta (cremas como Vasconcel, Visnú, Glandermo, Bella Aurora; productos para adelgazar como Sabelin, o para tener un busto perfecto, como las píldoras Circasianas), cambian el aspecto de la mujer del anuncio, que ahora aparecerá mucho más recatadamente vestida; pero en los mensajes publicitarios se insiste sobre todo en la idea de que sólo presentando un aspecto verdaderamente encantador (tez de porcelana, sin pecas ni manchas...) podría la mujer encontrar novio y cumplir su máximo anhelo y su destino ideal: el matrimonio. La idea que transmiten la mayoría de estos anuncios de cosmética femenina es que la mujer debe estar guapa para poder conquistar al varón y, una vez casadas, retenerlo[98]. Curiosamente, la mujer, a la que se supone permanentemente dedicada a fregar, cocinar, coser, planchar..., tiene siempre en los anuncios unas manos finas y delicadas y, por supuesto, las uñas largas y perfectamente pintadas. La mujer debía mantener un hogar limpio y reluciente sin descuidar por ello su aspecto, para lo cual existían en el mercado, incluso en los peores tiempos de penuria, múltiples productos cosméticos y de belleza. Resulta llamativa la cantidad de anuncios de cremas para manos con las que la mujer podría "atender impunemente los quehaceres de la cocina"[99].

En cuanto al cabello, nada de melenas cayendo por la espalda y los hombros, "horrible tipo lleno de recuerdos de una época trágica", según se podía leer en revistas femeninas que instaban a la mujer a quitarse la melena y a llevar el pelo recogido y peinado con ondulaciones y rizos[100]. La melena lacia en los primeros años cuarenta era anatema por sus reminiscencias del bando republicano en la guerra civil[101].

B

[97]
Andrés Revesz, "La sonrisa de la mujer", en Semana (11 de noviembre de 1941), citado por Carmen Martín Gaite, *op. cit.*, p. 40.

[98]
Véase María del Carmen Muñoz Ruiz, "Las revistas para mujeres durante el franquismo: difusión de modelos de comportamiento femenino", en Gloria Nielfa, *op. cit.*, p. 102.

[99]
El ideal de feminidad del que tanto hablaron las jefas de la Sección Femenina se compadecía mal con su propia imagen: eran con frecuencia cincuentonas solteras que no se preocupaban especialmente por su aspecto físico, y cuya dedicación a la organización les alejó del ámbito doméstico y maternal del que, según su machacón discurso, las mujeres no debían salir.

[100]
Véase, por ejemplo, *Medina* (5 de marzo de 1942).

[101]
Valga como ejemplo esta descripción de "la miliciana de mono abierto, de las melenas lacias, la voz agria y el fusil dispuesto a segar vidas por el malsano capricho de saciar su sadismo..., la pedante intelectual de izquierdas, la estudiantilla fracasada, la empleada envidiosa del jefe...; en su interior comprendían que nunca serían ni podrían llegar a ser señoritas... Eran feas, bajas, patizambas, sin el gran tesoro de una vida interior, sin el refugio de la religión, se les apagó de repente la feminidad y se hicieron amarillas por envidia" (José Vicente Puente, *Arriba*, 16 de mayo de 1939).

C

D

E

C
ABC, 9 de mayo de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Horizonte, mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Semana, 10 de octubre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

En el discurso del franquismo, la mujer tenía que ser humilde, recatada, comedida, hacendosa, discreta, tradicional. La demonización y ridiculización de una mujer distinta –independiente, trabajadora, soltera, autónoma– fue sistemática. "No hay que dejarse engañar por ese otro tipo de mujer, esa fémina ansiosa de 'esnobismo' que adora lo extravagante y se perece por lo extranjero. Tal tipo nada tiene que ver con la mujer española."[102]

Y, sin embargo, la realidad era que "ese otro tipo de mujer", la que proponía el exitoso cine americano, ejercía una fascinación absoluta. Esa mujer, mucho más libre, con un trato más natural con los hombres, que tomaba decisiones, que incluso fumaba y vestía pantalones y faldas más cortas, producía una mezcla de admiración y rechazo, pero en todo caso un indudable atractivo para un amplio sector de la juventud, sobre todo en las ciudades. El influjo procedente de Estados Unidos, básicamente a través del cine, era poderosísimo, por más que la propaganda oficial de los años cuarenta lo rechazase tajantemente, al considerarlo "un atentado a lo nuestro". "El mimetismo –decía en septiembre de

[102]
Agustín Isern, *Y* (septiembre de 1943), citado por Carmen Martín Gaite, *op. cit.*, p. 26.

A

B

C

A
Display, años 40. 18 x 17 cm
Colección Carlos Velasco

B
Lecturas, junio de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Arriba, 6 de septiembre de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

1939 la revista *Destino*– es el primer paso para la disolución de una Patria":

> No queremos –se podía leer en *La Hora* en 1948– el progreso, el romántico y liberal, capitalista y burgués, judío, protestante, ateo y masón progreso yanqui. Preferimos el atraso de España, nuestro atraso, el que nos lleva a considerar que ante unos valores fundamentales deben sacrificarse los intereses materiales... Bendito nuestro atraso que nos hace considerar el matrimonio como un sacramento que no es cosa de juego; bendito nuestro atraso que nos lleva a considerar la familia como una sociedad jerarquizada en que los padres tienen el deber de educar a sus hijos al servicio de Dios y de la Patria, y los hijos no tienen derecho a vivir su vida sino a que su vida sirva para algo[103].

Si fue imposible detener la avalancha de neologismos y extranjerismos en el lenguaje, como hemos dicho en nuestro primer capítulo, también lo fue detener otros influjos juzgados por el régimen perniciosos para las tradicionales costumbres hispánicas. Hizo furor la moda que se veía en las películas del cine americano, las cuales barrían frente al mucho menos taquillero cine español[104]. A pesar de las rígidas imposiciones morales y de la censura, el modelo de mujer sensual, descarada, con vestidos ajus-

[103]
Antonio Castro Villacañas, *La Hora* (14 de mayo de 1948), citado por Carmen Martín Gaite, *op. cit.*, p. 29.

[104]
Por poner un par de ejemplos, cuando Veronica Lake apareció en Me casé con una bruja (1942) con un peinado de larga melena lacia que le cubría totalmente un ojo, muchas chi-

D

E

F

G

D
Radiocinema, 15 de enero de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Fotos, 7 de diciembre de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Lecturas, julio de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Lecturas, 201, 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
ABC, 3 de mayo de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

tados que marcaban sus curvas, incluso un modelo de vampiresa o mujer fatal que se llevó mucho en el cine norteamericano de entonces, ejercía un atractivo muy poderoso. Desde luego, fueron muchos los que alertaron contra esta perniciosa influencia, entre ellos el famoso escritor y periodista Tomás Borrás: "¡Cuidado, señoras! Sí, porque abandonan ustedes algo que les es esencial: su personalidad. ¡Cuidado, señoras, con la manía del cinematismo! Porque van y vienen por ahí muchachas y postmuchachas que ya no son ellas sino evocaciones, parodias, simulaciones de artistas norteamericanas de la pantalla".

Entre aquellas muchachas estaban las llamadas "chicas topolino", cuya aparición tuvo mucho que ver con la influencia del cine americano. Jóvenes burguesas, acomodadas, desenvueltas y muy esnob que rompieron con algunos prejuicios, muchachas pizpiretas que fumaban y utilizaban vocablos en inglés y disfrutaban con los bailes hot que tuviesen *swing*. Querían estar a la última moda, gastaban dinero en vestir, se ponían unos zapatos modelo "topolino", que les dieron nombre, de suela enorme en forma de cuña suprimiendo "la grácil diferenciación entre el tacón y el contrafuerte". A su vez, el calzado tomaba su nombre (que significa en italiano "ratoncito") de un microcoche de Fiat en un tiempo de gasolina escasa y carísima[105]. Estas chicas descaradas, de falda corta, anticipaban de alguna manera la futura sociedad de consumo.

Lo cierto es que la publicidad, muy perspicaz para captar el gusto de un importante sector de las mujeres, presentó para anunciar muchos de sus productos a un tipo de mujer muy diferente del modelo auspiciado por el régimen: una mujer sensual, ondulante, coqueta, o bien con aire misterioso e incluso con cierto aire de mujer fatal, en muchos casos con rostro de artista de cine norteamericano.

El hombre en los anuncios, en cambio, era siempre un hombre "de orden": bien vestido, con camisa, corbata, chaqueta y sombrero; bien afeitado, repeinado, con un esmerado corte de pelo. Eso sí, la publicidad, al igual que con sus modelos femeninas, mostraba hombres que se parecían mucho a los galanes del cine. Multitud de marcas de brillantinas, cremas de afeitar, lociones para después del afeitado y, por supuesto, cuchillas como las famosas "La Iberia" u "Hojas Palmera", llenan la publicidad de la prensa con lemas como "el afeitado diario es lo que más cuenta en la presentación del hombre" o "bien peinado, bien afeitado y una cabeza varonil, es el sueño de las mujeres" (fijapelo Varón Dandi). La publicidad muestra siempre esa imagen de pulcritud, un hombre indefectiblemente trajeado y engominado. "Todo caballero –recordaba una cancioncilla publicitaria de la radio–, para decir te quiero sin dar un resbalón, ha de comprarse primero un buen corte de traje, en Sama, en el Nalón."

H

cas españolas se taparon también el ojo con el pelo104. Audrey Hepburn en Vacaciones en Roma (1953) puso de moda los pantalones estrechos y tobilleros y las zapatillas sin tacón, que se conocieron como "sabrinas" en honor a otra conocida película de esta actriz.

[105]
Fue José Vicente Puente quien puso nombre a estas chicas. Véase Rafael Abella, *La vida cotidiana*..., p. 83.

A
La Vanguardia Española,
15 de mayo de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Cámara, 9, junio de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Semana, 7 de julio de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

Si en la guerra civil muchos hombres habían dejado de llevar corbata, cuello en la camisa y sombrero, en el franquismo fue un reto insolente no llevarlos. Hay quien recuerda haber visto poner multas por no llevar corbata o por no llevar chaqueta[106]. En cuanto a esta última, un diario falangista de San Sebastián ya había advertido durante la guerra cómo serían las cosas en la España de Franco:

> Se han empezado a ver anticipos de gamberrismo representado por personas, casi siempre jóvenes, a quienes su vigor físico no les permite, por lo visto, soportar el grave peso de la americana en días de calor y se la quitan, paseándose en mangas de camisa. Bajo ningún concepto se ha de tolerar semejante costumbre y quienes se obstinen en querer evocarnos, de esta manera, los deplorables tiempos de plebeyez del frente soviético popular, serán fuertemente sancionados[107].

En efecto, en la posguerra, al llegar el verano, los bandos de los gobernadores civiles recordaban la prohibición tajante de que, en locales cerrados y también en las terrazas de los cafés y bares, quedasen los caballeros en mangas de camisa ya que, de hacerlo, dejarían de serlo y se les multaría con 5 pesetas[108]. Y, por supuesto, todo caballero debía llevar sombrero. Si en los años del "dominio rojo" habían dejado de verse sombreros por las calles, y todo fue profusión de gorras proletarias, o boinas a todo lo más, tras la victoria de Franco aquel "sinsombrerismo" concluyó. Un avispado sombrerero inventó un eslogan que al parecer hizo que subieran mucho las ventas de su negocio: "Los rojos no usaban sombrero"[109].

[106]
Luis Carandell, "Réquiem por los 50", *op. cit.* p. 28.

[107]
Unidad. Diario falangista, San Sebastián (26 de mayo de 1937).

[108]
Fernando Vizcaíno Casas, *Los pasos contados. Memorias I*, ed. cit., p. 208.

[109]
Véase Rafael Abella, *op. cit.* p. 38; Fernando Vizcaíno Casas, *La España de la posguerra, 1939-1953*, ed. cit., p. 37; Agustín Sánchez Vidal, *Sol y Sombra. De cómo los españoles se apearon de las mayúsculas de la Historia dotándose de vida cotidiana*, Barcelona, Planeta, 1990, p. 128.

AGA (3) 122 – 74/Pl.1/C.15

4. Tiempo de escasez: hambre, frío y otras penurias de posguerra

La realidad española de la posguerra no pudo estar más lejos de aquel lema de la retórica falangista que Franco no dejaba de repetir: "ni un hogar sin lumbre, ni un español sin pan". Tras la victoria franquista, el nuevo régimen trató de dar una impresión de normalidad recuperada. La publicidad anunciaba la inminente reanudación de suministros, abastecimientos y servicios, el "renacer de España"[110]. "Las colas –rezaba un anuncio de una carbonería– se acabaron al hundirse la tiranía marxista" (p. 115). Los vencedores repartieron en los primeros días entre la hambrienta población galletas, chocolate y pan blanco para dar la sensación de que las penurias alimenticias de los últimos tiempos de la guerra habían concluido. Las galletas Artiach, aquellas crackers que muchos recuerdan con deleite, se distribuyeron abundantemente entre la población de Madrid[111].

Sin embargo, pronto resultó demasiado evidente que la escasez y la penuria, lejos de haber acabado, se agudizaban, por más que las noticias más desalentadoras fueran radicalmente suprimidas por la censura. Las galeradas de los periódicos eran devueltas con palabras, frases y párrafos enteros tachados en rojo, suprimiendo noticias que podían causar alarma social, entre ellas, por supuesto, las relativas a carencias, desabastecimiento o restricciones[112], pero también se censuraron noticias sobre otras calamidades que pudiesen restar credibilidad al optimismo y a la apariencia de nor-

[110] Véase Jesús Marchamalo, Bocadillos de delfín. *Anuncios y vida cotidiana en la España de la postguerra*, Barcelona, Grijalbo Mondadori, 1996, p. 31.

[111] Fernando Vizcaíno Casas, *Los pasos contados. Memorias, I*, ed. cit., p. 105.

[112] A modo de ejemplo, en la carpetilla que contiene las galeradas de un mes cualquiera, por ejemplo, la de agosto de 1940, se suprime totalmente un artículo sobre el alarmante aumento de tuberculosis, otro titulado "el azúcar y el tabaco, preocupación del Gobierno", varios

A
Ya, 25 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
La Vanguardia Española,
9 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

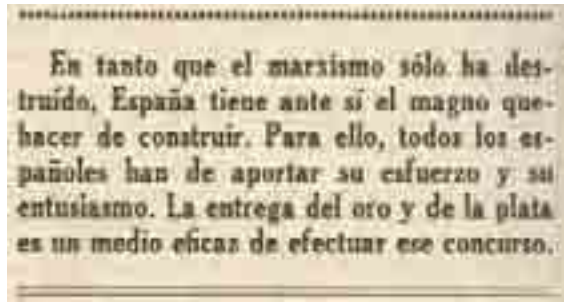
C
Ya, 26 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
La Vanguardia Española, 16 de febrero de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid. Desde el 27 de enero de 1939, el día siguiente a la entrada de las tropas franquistas en Barcelona, en la cabecera tradicional de La Vanguardia se añadió el adjetivo "Española" que conservaría hasta 1978.

malidad que el régimen trataba de dar. Las múltiples muertes por inanición no aparecieron nunca en la prensa. Se hizo un sistemático esfuerzo por suprimir toda información relativa a los males del país, desde desgracias naturales, como tormentas y pedriscos, pasando por incendios, explosiones y accidentes, plagas, extensión de enfermedades, atracos, crímenes y, desde luego, suicidios, cuya aparición estaba totalmente prohibida en los periódicos. Por ejemplo, Juan Belmonte no se suicidó sino que "murió súbitamente".

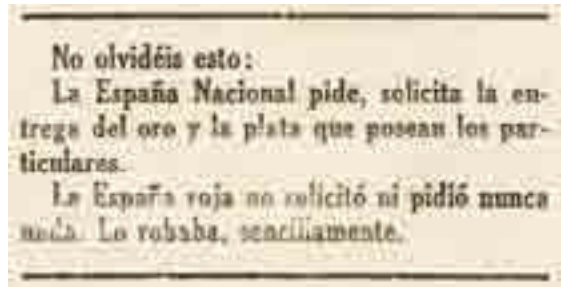
Durante los años cuarenta, pareció que en España no sucedía nada. Como nada podía decirse, nada sucedía[113]. Las reseñas sobre sucesos eran drásticamente censuradas. En los periódicos no figuraba en nómina ningún redactor de sucesos, ya que únicamente se permitía reproducir la nota facilitada diariamente por la Dirección General de Seguridad. Además de la censura previa de cada ejemplar de cualquier publicación que pretendiera ver la luz, el régimen dictaba consignas generales sobre lo que debían o no debían publicar los periódicos. En noviembre de 1941, una de ellas, en-

A


En tanto que el marxismo sólo ha destruído, España tiene ante sí el magno quehacer de construir. Para ello, todos los españoles han de aportar su esfuerzo y su entusiasmo. La entrega del oro y de la plata es un medio eficaz de efectuar ese concurso.

B

C


No olvidéis esto:
La España Nacional pide, solicita la entrega del oro y la plata que posean los particulares.
La España roja no solicitó ni pidió nunca nada. Lo robaba, sencillamente.

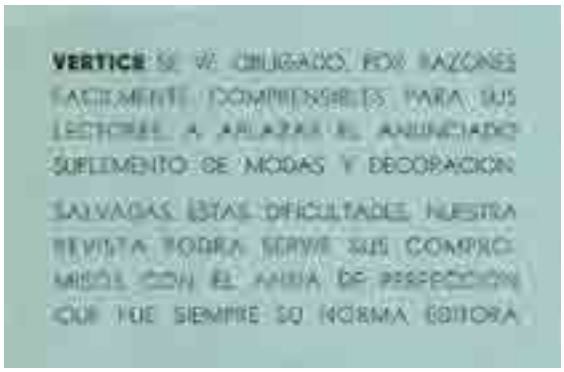
D

sobre la escasez de gasolina y sobre el problema de la vivienda en Madrid, otro sobre el elevado precio del calzado, muchos sobre corrupciones en abastos, otro sobre la pérdida de gran cantidad de fruto que no podrá envasarse por la escasez de hojalata que ha paralizado la industria conservera, etcétera. Véase AGA, (3) 60 21/360.

[113]
Véase Eugenio Suárez, *El caso cerrado*, Madrid, Oberon, 2005, p. 180.

E

F



I

G

H

J

E
La Vanguardia Española,
11 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
La Vanguardia Española,
15 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
ABC, 7 de junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid
Los esfuerzos por aparentar que la Nueva España franquista era una España abastecida resultaron pronto inútiles.

H
Destino, 9 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
Vértice, hoja suelta incluida en el número de mayo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

J
ABC, 6 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
ABC, 29 de abril de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Horizonte, febrero de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Arriba, 12 de marzo de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

viada a todos los medios de prensa, decía: "A partir de hoy los crímenes y sucesos de su periódico deberán reducirse, suprimiendo los detalles macabros y de mal gusto, dejando únicamente la noticia"[114]. "¿Había en el subconsciente político –se pregunta Román Gubert– la necesidad de compensar con tales omisiones de sangre, la sangre ejecutada?"[115]

El retroceso de las condiciones de vida fue enseguida una realidad demasiado evidente para poder ocultarla. El desabastecimiento de productos de primera necesidad, la dificultad del sustento diario, fueron tan llamativos que ninguna censura los podía tapar. Las consignas del régimen dictadas a la prensa ordenaron entonces achacar a "la existencia estúpida y malvada de los rojos" la penuria del país: "Los rojos –decía una de ellas– son los responsables de la destrucción de todas las fuentes de nuestra riqueza [...]. Cuando paséis escasez o hambre, pensad en la obra de quienes anunciaron como propósito firme, antes de huir de España, entregarnos una Patria en ruinas"[116].

Más adelante, cuando la guerra ya empezaba a quedar lejos, las autoridades recurrieron a otras justificaciones como la "pertinaz sequía" y las malas cosechas. Los periódicos están llenos de artículos en los que se reflexiona sobre la bendición que supone, en cualquier caso y a pesar de las penalidades, vivir en la España de Franco. "Es natural que aspiremos a estar mejor. Pero hay que pensar, y tener muy clavado en nuestros ánimos, lo que es incuestionable: el estar en la España de Franco después de lo pasado con la seguridad de que nada de aquello que nos amenazó puede volver, es la felicidad neta y absoluta."[117] Serrano Súñer fue más conciso cuando, en un discurso en Valencia, afirmó: "Si fuera preciso, diríamos contentos: no tenemos pan, pero tenemos Patria"[118].

Sin minimizar los efectos de la guerra civil ni los del aislamiento internacional a que fue sometida la España franquista al final de la segunda guerra mundial, el largo periodo de hambre y miseria que padecieron los españoles no se puede explicar sin tener en cuenta la equivocada y empecinada política económica de autarquía impuesta por la dictadura. El concepto de autarquía se basaba en la idea de que España podría bastarse a sí misma prescindiendo del comercio exterior y sustituyendo las importaciones por la producción nacional. Pero

[114]
Véase Carlos Fernández Santander, *La Voz de Galicia, op. cit.*, p. 342.

[115]
Román Gubern, *op. cit.*, p. 140.

[116]
Francisco Sevillano Calero, *Ecos de papel. La opinión de los españoles en la época de Franco*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2000, p. 48, 56-57.

[117]
Francisco Casares, *ABC* (13 de marzo de 1940).

[118]
Véase *Arriba* (24 de abril de 1940).

Importante comunicación de Galletas Artiach

COOPERACIÓN INDISPENSABLE

Galletas Artiach, S. A., necesita la cooperación de todos los consumidores y distribuidores de sus productos, en beneficio de ellos mismos y, ante todo, del interés nacional.

Suprimido el cupo de envases de hoja de lata, el Gobierno ha ordenado recuperarlos. Si no conseguimos la recuperación de los que tenemos en el mercado, se produciría en nuestra industria un paro tristísimo, inevitable, por no tener donde envasar la producción. Seiscientos obreros quedarían sin trabajo.

Tenemos en poder de consumidores y comerciantes 757.940 envases indispensables para proseguir en nuestras actividades. Están prestando, sin duda, usos distintos a los que son su finalidad. Si se nos presta leal cooperación y nos son devueltos, quedará asegurada nuestra marcha, a este respecto, hasta la terminación del conflicto internacional.

A LOS CONSUMIDORES.- Les rogamos que se apresuren a entregar a su proveedor habitual los envases de nuestra marca que obren en su poder. Les será abonado en el acto el importe fijado en cada lata. Tengan en cuenta que aunque hayan pagado por los envases su valor material irrisorio, en realidad les han sido prestados gratis, pues corren de nuestra cuenta los gastos de porte, acarreo, reparación, limpieza, nuevo etiquetaje, etc. Esta facilidad se da bajo condición de que no sean empleadas las latas en uso distinto que el de origen y de que sean devueltas rápidamente. Nadie tiene derecho a retener un envase, una vez consumido su contenido.

AL COMERCIO.- Confiamos que devolverá rápidamente los envases a nuestra fábrica. Sentimos manifestar a todos que sólo podremos aceptar sus pedidos contra devolución de todos los envases de los pedidos anteriores. Para mayor facilidad y a fin de que la distribución cunda más, aconsejamos que sólo vendan por latas enteras a quienes les devuelvan las vacías.

NUEVAS PASTAS - ELABORACION TRANSITORIA.- Ansiamos producir de nuevo, cuando sea posible, las clásicas galletas María Artiach, Chiquilín, Craker, Digesta, etc., tan conocidas y apreciadas. Faltos de trigo y azúcar, sólo hemos podido reanudar nuestra actividad, sin garantía de continuidad, mediante la elaboración transitoria de pastas a base de miel, azúcar de uva, almendras y avellanas principalmente.

TURNO DE DISTRIBUCION.- La producción de pastas es hoy inferior a la demanda. Las servimos por orden de pedidos y turno de provincias, dentro de lo que permiten los medios de transporte y la recuperación de envases. Nuestra voluntad está al servicio de todos, sin distinciones. Pero las circunstancias mandan, y si la mercancía no puede llegar a todas las plazas, no es por culpa nuestra.

PRECIO Y CLASE.- Uno y otra se fijan visiblemente en el exterior de los envases. El precio, elevado, responde escrupulosamente al costo de las materias primas. La calidad es buena, aunque sin la excelencia de las marcas que con tanta tenacidad hemos acreditado durante largos años, fieles al principio "máxima calidad a precio mínimo". Hacemos hoy lo que podemos y no lo que deseamos.

Nuestras pastas son las de mayor valor nutritivo que hoy cabe fabricar. Usted podrá seguir adquiriéndolas si nos presta en la devolución de los envases una cooperación que anticipadamente le agradecemos.

Galletas Artiach S. A.

Bilbao, abril, 1942.

D

Semana, 111, abril de 1942. Hemeroteca Municipal de Madrid. Ante la carencia de hojalata, esta conocida marca de galletas pedía a los consumidores que retornasen los envases, indispensables para proseguir la producción.

E

Fotos, 16 de noviembre de 1946. Hemeroteca Municipal de Madrid. Durante los años 40, Artiach sacaría al mercado diferentes "aproximaciones" a lo que habían sido sus tradicionales galletas, advirtiendo de que la calidad aún no podía ser la misma.

D **E**

A
ABC, 3 de febrero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Semana, 22 de julio de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Cartel años 40. 35,5 x 25,5 cm
Colección Carlos Velasco. Con las restricciones de gasolina, los carros y las bicicletas se convirtieron en un habitual medio de transporte.

A

B

esa pretensión de autosuficiencia era totalmente irreal, y fue la causante de que la situación de retroceso económico se prolongara durante demasiado tiempo. Hicieron falta quince años para salir del estancamiento, diez más que los requeridos en la inmensa mayoría de los países europeos afectados por la segunda guerra mundial.

En mayo de 1939 se impuso la cartilla de racionamiento –primero familiar, después individual–, que estuvo en vigor hasta 1952, y con la que en teoría se podían obtener los productos considerados de primera necesidad: cereales, pan, legumbres, leche, frutas y hortalizas, huevos, carne, pescado, aceite, azúcar, jabón...; pero era imposible subsistir sólo con ese racionamiento, exiguo e irregular, ya que variaban las entregas que cada semana realizaba la Comisaría de abastecimientos. El problema de los abastecimientos fue constante a lo largo de la década del cuarenta, si bien hubo años especialmente dramáticos como 1941 o 1946. A modo de ejemplo, la Jefatura Provincial de FET-JONS de Alicante, en uno de sus informes quincenales sobre la situación política, social y económica de la provincia, decía a finales de 1940:

> La situación es pavorosa, tenemos toda la provincia sin pan y sin la posibilidad ni la perspectiva de adquirirlo. Aceite hace más de cuatro meses que no se ha racionado, de otros productos no digamos. Prácticamente en la provincia seríamos todos cadáveres si tuviéramos que comer de los racionamientos de la Delegación de Abastos[119].

El tabaco también se racionó, imponiéndose la consiguiente cartilla de fumador, sólo para varones. Proliferaron los "colilleros", que se dedicaban a recoger las colillas que la gente tiraba para reciclarlas en forma de infectos cigarrillos que luego vendían. Los cigarrillos Ideales, "mezclando el hambre con las ganas de fumar"[120], se conocieron como "caldo de gallina" (p. 130). El "rubio americano" (Camel, Lucky Strike) tenía un precio exorbitante –fumarlo era señal de alto estatus–, así que Tabacalera lanzó en 1944 los cigarrillos Tritón tratando de llenar el hueco del Bisonte, que había dejado de fabricarse en la guerra civil.

C

[119]
AGA, Presidencia, DNP Jefatura Provincial de Alicante, parte mensual del mes de diciembre de 1940, citado por Carme Molinero y Pere Ysàs, "Las condiciones de vida y laborales durante el primer franquismo. La subsistencia ¿un problema político?", ed. cit. Véase, de los mismos autores, "Patria, Justicia y Pan". *Nivell de vida i condicions de treball a Catalunya, 1939-1951*, Barcelona, La Magrana, 1985; *Productores disciplinados y minorías subversivas. Clase obrera y conflictividad laboral en la España franquista*, Madrid, Siglo XXI, 1998.

[120]
Agustín Sánchez Vidal, *Sol y sombra. De cómo los españoles se apearon de las mayúsculas de la Historia dotándose de vida cotidiana*, Barcelona, Planeta, 1990, p. 62.

La escasez de productos, unida a la política autáquica e intervencionista y a los racionamientos impuestos por el Estado, produjo un mercado negro que recibió el nombre popular de estraperlo[121], y que fue sin duda el rasgo dominante de la España de los años cuarenta. Uno de los requisitos del mercado negro, la corrupción, se dio en la España de posguerra a todos los niveles[122]. Se dedicaron a este comercio, ilegal pero tolerado, desde los tenderos y comerciantes a pequeña escala –"las mujeres llevaban sus mercancías ocultas bajo sus amplias faldas pueblerinas, como preñez prometedoramente nutricia y, además de falsas embarazadas, aparecieron

D

F

E

G

D
Semana, 129,
11 de agosto de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Semana, 4 de noviembre de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Semana, 119, 2 de junio de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Semana, 110,
31 de marzo de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[121]
Es significativo que para designar las prácticas de especulación y acaparamiento del mercado negro se utilizase una palabra surgida en la República por un caso de corrupción en un negocio de ruleta cuya autorización habían conseguido mediante cohecho dos extranjeros, Strauss y Perlowitz, en 1935, que implicaba a políticos del partido radical de Lerroux. "Era –dice Román Gubert– una manera subliminal de transferir aquella calamidad colectiva a un presunto origen republicano."

[122]
Véase Carlos Barciela, "Franquismo y corrupción económica", en *Historia Social*, 30 (1998).

A
Haz, Semanario de la Juventud del SEU, 17, febrero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Semana, 3 de octubre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

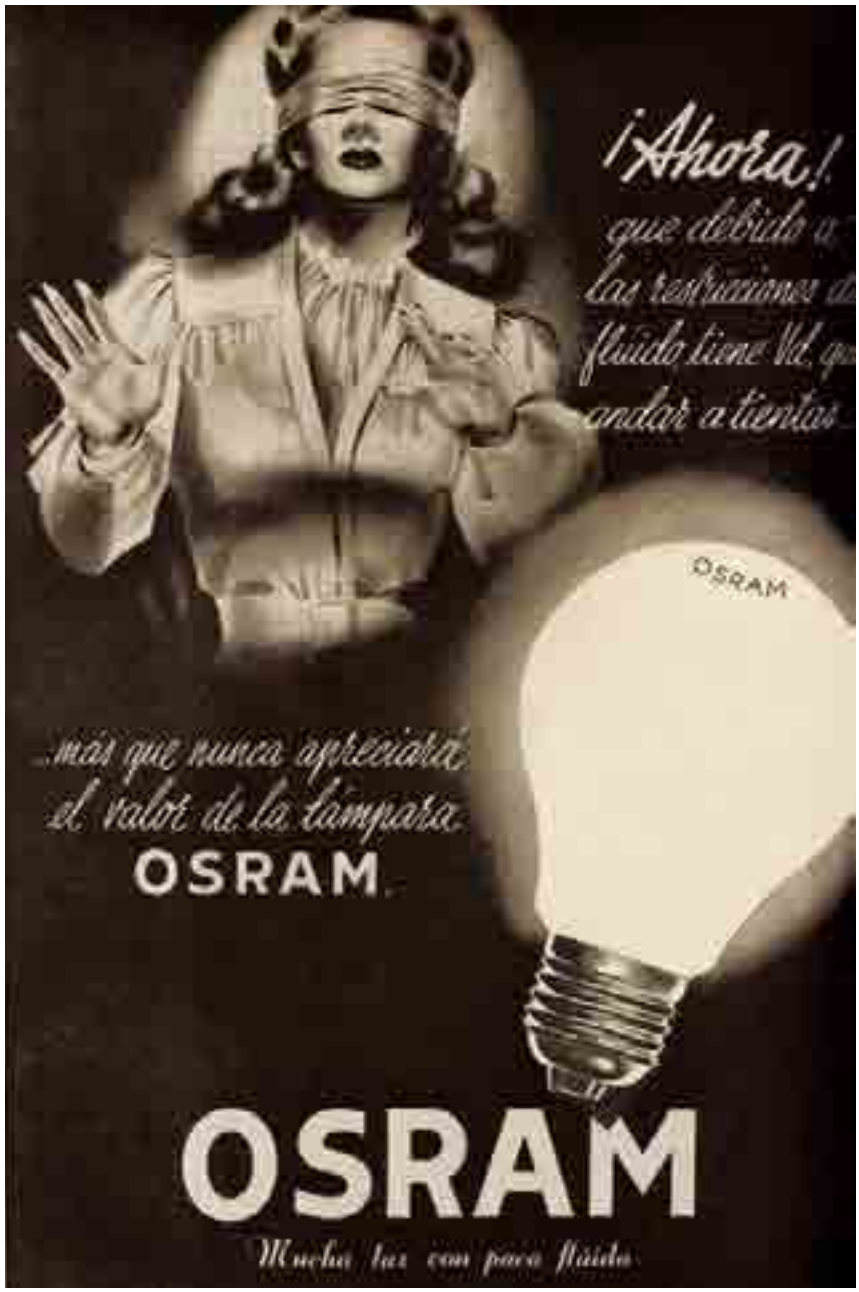
C
Semana, 28 de febrero de 1050.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
ABC, 28 de febrero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C



D

E

F

E, F
Carteles, comienzos años 50.
59,7 x 40 cm
Colección Carlos Velasco

G
Cartel, años 50. 62 x 45,5 cm
Colección Carlos Velasco.
Para la gran mayoría de la población, los inviernos de los años 40 fueron crudísimos. Las casas no tenían calefacción, como mucho un brasero o una estufa eléctrica. Los aparatos de calefacción eran artículos de lujo.

los falsos jorobados, con el cargamento oculto en la espalda"[123]– hasta los grandes industriales y comerciantes que contaban con las complicidades necesarias en las altas esferas del gobierno y la administración. La clandestinidad de este comercio impedía garantizar la calidad y salubridad de los productos. El estraperlo fomentó la inflación pues los productos en el mercado negro alcanzaban precios que duplicaban o triplicaban los oficiales y, en los momentos peores, aún más. Un kilo de azúcar, que costaba 1,90 pesetas a precio de tasa, se llegó a pagar a 20 pesetas en el mercado negro. Hubo sobre todo estraperlo de productos de primera necesidad, como el trigo y el aceite. De hecho, por el mercado negro pasó una cantidad de trigo mayor de la que se distribuyó oficialmente[124]. El estraperlo se extendió a las más variadas mercancías y generó sustanciosos beneficios a los estraperlistas, que operaron con escaso riesgo de ser castigados por su ilegal actividad[125]. Los gobernantes y funcionarios hacían la vista gorda o se dejaban sobornar. De vez en

G

[123]
Román Gubern, *op. cit.*, p. 28.

[124]
Véanse los trabajos de Carlos Barciela, en concreto, "Intervención y crecimiento económico en España, 1936-1971", en P. Martín Aceña y Prados de la Escosura (eds.), *La Nueva Historia Económica en España*, Madrid, Tecnos, 1986, y "La España del estraperlo", en García Delgado (ed.), *El primer franquismo. España durante la Segunda Guerra Mundial*, Madrid, Siglo XXI, 1989.

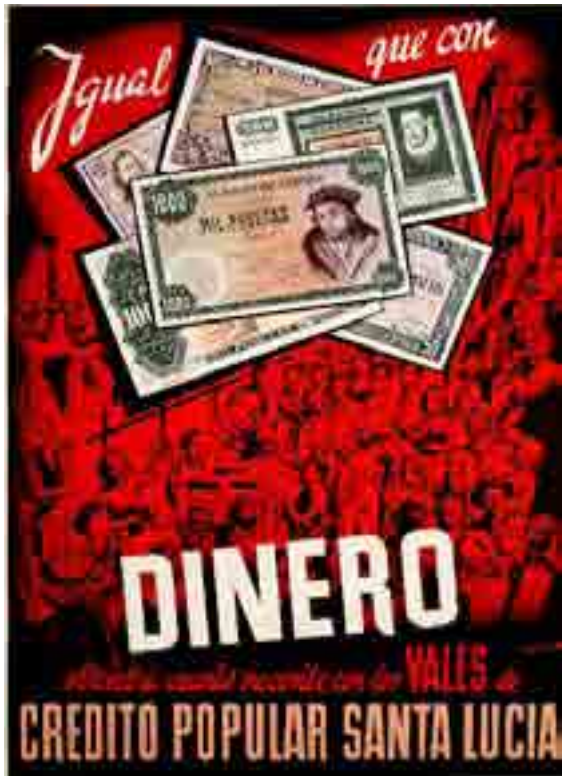
[125]
J. Martí Gómez, *La España del estraperlo (1936-1952)*, Barcelona, Planeta, 1995. Otros trabajos más generales: Manuel Redero San Román, "La transformación de la sociedad española", en *La época de Franco. Sociedad, vida y cultura. Historia de España Menéndez Pidal*; Francisco Bustelo, La *Historia de España y el franquismo. Un análisis histórico y económico y un testimonio personal*, Madrid, Síntesis, 2006, pp. 148-149.

A
Cartel, 1945. 50 x 34,7 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, años 40. 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

C
Semana, 21 de marzo de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A



B

cuando, la prensa insertaba notas dando cuenta de las multas y sanciones impuestas por la Fiscalía de Tasas. Hubo algunos –pocos– sonados escarmientos pero, en un ambiente de corrupción generalizada, los grandes estraperlistas pudieron acumular inmensas fortunas y hacer ostentación de su recién adquirida riqueza. El estraperlo aumentó mucho las desigualdades sociales ya que quienes disponían de capacidad adquisitiva pudieron alimentarse mejor.

Los salarios reales se situaron a lo largo de los años cuarenta muy por debajo del nivel de preguerra. Puesto que, a pesar de la regulación de los precios, éstos crecieron siempre por encima de los salarios, y puesto que, además, para asegurarse la supervivencia, la gente tenía como único recurso el comprar muchos productos de primera necesidad en el mercado negro a precios muy elevados, se produjo una fuerte caída del poder adquisitivo de la mayoría de la población.

La mendicidad fue uno de los signos más evidentes del gran problema social de la posguerra, cuya ocultación, a pesar de los esfuerzos del régimen, resultó imposible. Se tomaron medidas repre-

C

D

E

F

D
Cartel, años 40. 47 x 32 cm
Colección Carlos Velasco

E, F
La Vanguardia Española,
enero de 1944.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Fotos, 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 29 de abril de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Semana, 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Haz, junio de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

sivas contra el vagabundeo, la mendicidad y otras formas de "inmoralidad pública", y en mayo de 1941 se creó el Parque de Mendigos, donde se les concentraba y clasificaba[126]. Aún así, era frecuente ver a gente desvaneciéndose por inanición en plena vía pública. Auxilio Social fue la organización falangista encargada de la asistencia social en todo el estado franquista, cuya labor –a través de hogares infantiles, comedores para pobres, casas para embarazadas...–, muy necesaria dada la penuria y el hambre existentes, tenía también una clara función de propaganda del régimen. El cuidado de los niños, pues eran hijos de la Patria, equivalía a servir a ésta[127]. Su espíritu católico se tradujo en la enseñanza religiosa impartida en sus comedores y hogares. Auxilio Social se financió mediante

[126]
Carme Molinero y Pere Ysás, "Las condiciones de vida...", *op. cit.*, p. 16.

[127]
Véase Ángela Cenarro, *La sonrisa de Falange. Auxilio Social en la guerra civil y en la posguerra*, Barcelona, Crítica, 2006.

E

F

G

H

I

donativos –la famosa Ficha Azul–, suscripciones y colectas públicas, así como ventas de sellos con el lema "Para que España resurja" (p. 113) y el trabajo voluntario de miles de mujeres. La petición de donativos tuvo un claro componente coercitivo, ya que quien negase su ayuda era calificado de traidor a la Patria. Los periódicos advertían: "Es deber primordial de todo buen patriota que sin excusa alguna, y dentro de sus posibilidades económicas, suscriba la Ficha Azul, advirtiendo a los que no lo hicieren que la negativa, especialmente cuando se trate de personas de posición económica holgada, se interpretará como infracción". En junio de 1941, el Ministro secretario general del Movimiento dirigió una circular a todos los jefes provinciales para que prohibieran la entrada en los espectáculos y cafés a quienes no llevasen la insignia de Auxilio Social los días de postulación.

La obsesión por la comida fue una constante en la vida cotidiana de la mayoría de la población. El consumo de carne en España era en 1953 el más bajo de Europa. En aquellos años, que han sido denominados

E
ABC, 5 de enero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Semana, 6 de abril de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Haz, 18, marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
La Vanguardia Española, 1944.
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
Haz. Semanario de la Juventud del SEU, 17, extra, febrero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Hoja de propaganda, años 40.
Colección particular

B
Calendario, 1944. 49,2 x 25,7 cm
Colección Carlos Velasco

C
Semana, abril de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Cartel, años 40. 47 x 31,2 cm
Colección Carlos Velasco

A

B

C

D

E

F

G

H

I

"los años del hambre", en que "la mera tarea de sobrevivir día a día exigía todos los esfuerzos de las clases populares y de gran parte de las clases medias"[128], en que "vivir era sobrevivir"[129], nació el mito del pollo como manjar exquisito al alcance sólo de los ricos, imagen recurrente de los sueños gastronómicos de Carpanta, aquel hambriento personaje creado por José Escobar en 1947 en la revista Pulgarcito, de la editorial Bruguera, "un hombrecillo con barba de días, hambre de siglos y frustración eterna"[130]. Su nombre completo: Paco Carpanta Gazuza, "definitoria redundancia de apellidos ya que el primero significa hambre violenta y el segundo apetito descomunal"[131]. Símbolo del hambre española de posguerra, Carpanta, como la gran mayoría de los españoles, sólo piensa en comer[132].

Los españoles recurrieron a productos hasta entonces considerados incomestibles para tratar de engañar el hambre: algarrobas, almortas, maíz en forma de gachas (farinetas), castañas, altramuces... El pan blanco se convirtió en signo de riqueza. Se hizo habitual el denso pan de maíz amarillento, cuando no negruzco, que se deshacía en grumos

E
Cartel,1945. 22,7 x 15,3 cm
Colección Carlos Velasco

F
ABC, mayo de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
ABC, enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
La Vanguardia Española,
octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
Informaciones,
28 de septiembre de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[128]
Enrique Moradiellos, *op. cit.*, p. 89.

[129]
Título de la obra de Conxita Mir, *Vivir es sobrevivir. Justicia, orden y marginación en la Cataluña rural de postguerra*, Lleida, Milenio, 2000.

[130]
Manuel Vázquez Montalbán, *Crónica sentimental de España*, Madrid, Austral/Espasa Calpe, 1986, p. 120.

[131]
Miguel Ángel Almodóvar, *El hambre en España. Una historia de la alimentación*, Madrid, Oberon, 2003, p. 261.

[132]
Véase Luis Enrique Alonso y Fernando Conde, *Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*, Madrid, Debate, 1994, p. 131.

A

A
Cámara, 15 de octubre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Semana, 4 de noviembre de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

al intentar partirlo. Los nabos y los boniatos sustituyeron a las patatas. Ante la falta de productos básicos, el "sucedáneo" se convirtió en un concepto fundamental de la España de los cuarenta. Se hizo chocolate con algarrobas, la malta sustituyó al café y son muchos los anuncios de distintas marcas en la prensa, así como de otro sucedáneo más caro, elaborado básicamente con cebada, que tampoco era verdadero café "sino simplemente un líquido menos repugnante que los demás"[133]. Se anunciaron también múltiples cubitos para hacer caldo –Gallina Blanca, Caldolla, TexTon, Caldo Coci, Caldo Potax...– que ofrecían el consuelo de "un sopicaldo caliente que entretuviera los estómagos vacíos"[134]. Las denostadas lentejas, ridiculizadas como "píldoras del doctor Negrín" durante la guerra, volvieron a ser recurso de muchas familias de la España franquista. Era imprescindible "escogerlas" o limpiarlas, obligado entretenimiento de la posguerra, porque había que quitar los bichos, gorgojos, piedrecillas, palitroques y demás.

La publicidad alude con frecuencia a la dificultad de los tiempos, dando consejos para afrontarla de la mejor manera posible, normalmente invitando a consumir el producto para olvidar las penas. Por ejemplo, el chocolate Asla decía en sus anuncios: "La vida está muy dura, no tengo otro acicate, para obtener dulzura, que comer chocolate. Para quitar tristezas, chocolate bombón, comiendo te embelesas la boca y el corazón. Quiero chocolate Asla porque es toda mi ilusión". En fin, muchas canciones populares de aquellos años aludían al hambre y la escasez: "Cocidito madrileño", de Pepe Blanco, "La gallina papanatas" que ponía diez huevos diarios, "La vaca lechera", etcétera. Las revistas femeninas incluyen muchos consejos y recetas para avivar el ingenio de las amas de casa al enfrentarse a la tarea de cocinar en aquella precaria economía de subsistencia: tortillas sin huevos, guisos sin carne, fritos sin aceite, dulces sin azúcar...[135], un completo recetario del racionamiento. La publicidad también anunció todo tipo de productos sustitutivos, por ejemplo, diversas marcas de polvos para hacer flan sin huevos.

Por lo demás, en ese mundo de carencias y carestía todo servía y podía reutilizarse, nada se desaprovechaba ni se tiraba, y se anunciaron muchos productos para que el ama de casa pudiese reparar ella misma sus ropas, sus medias, sus cabellos, sus muebles, etcétera, y consiguiera ahorrar gastos. La publicidad anuncia múltiples marcas de tintes caseros, como los famosos tintes Iberia, para teñir las ropas y poder seguir usándolas con un nuevo color, como si fueran nuevas; pinturas y barnices para que el ama de casa pudiese restaurar y pintar sus viejos muebles; máquinas para zurcir y coger puntos a las medias en el propio hogar; y, en fin, todo tipo de productos que podían elaborarse a domicilio, "sin salir de casa": agua de colonia, perfumes, jabones, conservas, etcétera. Se vivía en la escasez y eso se nota mucho en una parte de la publicidad (como veremos, había otra, muy bo-

B

[133]
Carlos Castilla del Pino, *Casa del Olivo. Autobiografía (1949-2003)*, Barcelona, Tusquets, 2004, p. 19.

[134]
Rafael Abella, *op. cit.*, p. 23.

[135]
Según decía el periodista Claudio Grondona en el diario *Sur* de Málaga, en los años setenta, al describir la sufrida y desalentadora tarea de madres, hermanas, esposas e hijas, en la cocina.

C

D

yante, destinada a las clases pudientes, que eran las que tenían capacidad de consumir).

La penuria de estos años también salta a la vista en los anuncios de casas dedicadas a la compra de todo tipo de materiales de deshecho: trapos, papel, huesos, vidrios, gomas, metales..., todo vale. La chatarra es codiciadísima por la industria conservera, que no consigue suficiente hojalata para sus envases. Galletas Artiach, por ejemplo, hace un desesperado llamamiento a sus clientes y consumidores para que devuelvan las latas vacías (y no las usen para guardar cosas en casa), ya que en caso contrario la empresa se vería obligada a detener la producción. La falta de papel provoca una sensible reducción del número de páginas de los periódicos y las que quedan, debido a su pésima calidad, adquieren un color grisáceo, unas veces tirando a azul, otras más bien a verdoso o amarillento. La falta de caucho lleva a las empresas fabricantes de neumáticos a lanzar al mercado unas ruedas infames que obligan a los vehículos a parar

E

C
Fotos, 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Lecturas, julio de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Cartel, años 40. 98,7 x 67,7 cm
Colección Carlos Velasco

A, B
Fotos, enero de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Vértice, marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Medina, 24 de abril de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

E

F

G

E
Cartel, años 40. 65,5 x 48 cm
Colección Carlos Velasco

F
ABC, 31 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartel, años 40. 65,5 x 48 cm
Colección Carlos Velasco

A
Cartel, años 40. 20 x 15,5 cm
Colección Carlos Velasco.
Las famosas cajetillas de cigarrillos Ideales diseñadas por Carlos Vives para la Compañía Arrendataria de Tabacos salieron al mercado en 1933. Tras la guerra, el paquete verde caqui original de los Ideales, barato, siguió siendo el que fumaban los obreros. Los Ideales del paquete azul, también sin filtro pero más selectos, fueron muy conocidos en la posguerra con el popular nombre de "Caldo de Gallina" aludiendo a que sentaban tan bien como un caldo de ave en aquellos tiempos de hambre y penuria.

A

B

C

D

B
Haz, marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Codorniz, 14 de julio de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
ABC, 8 de abril de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

con frecuencia para que éstas se enfríen, así como a no rebasar los 40 kilómetros por hora. Los talleres se especializan en "recauchutados". En fin, la escasez de calzado hace que prosperen y proliferen los negocios de alpargaterías, hasta seis distintas hemos visto anunciándose en una misma página de un periódico. Para muchos no había más posibilidad que calzar un par de alpargatas. Son asimismo abundantes los anuncios de establecimientos dedicados a dar la vuelta a los trajes y otros arreglos para que la ropa pudiese pasar de padres a hijos. La tortura de las carreras en las medias, que se arreglaban una y otra vez para poder seguir usándolas, hizo populares los productos para pintar o maquillar las piernas, de modo que pareciera que se llevaban medias; el más conocido fue el "Pankelin" satinado, aunque se anunciaron también otras marcas; las mujeres se pintaban incluso la costura de la parte posterior, una raya que, a fuerza de costumbre, en muchos casos llegaba a ser perfecta. Fue tal el éxito de este producto en los meses de verano que los fabrican-

A
Chapa, años 40. 50 x 25 cm
Colección Carlos Velasco

B
Fotos, 25 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Semana, 111, abril de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Ya, 18 de abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 31 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

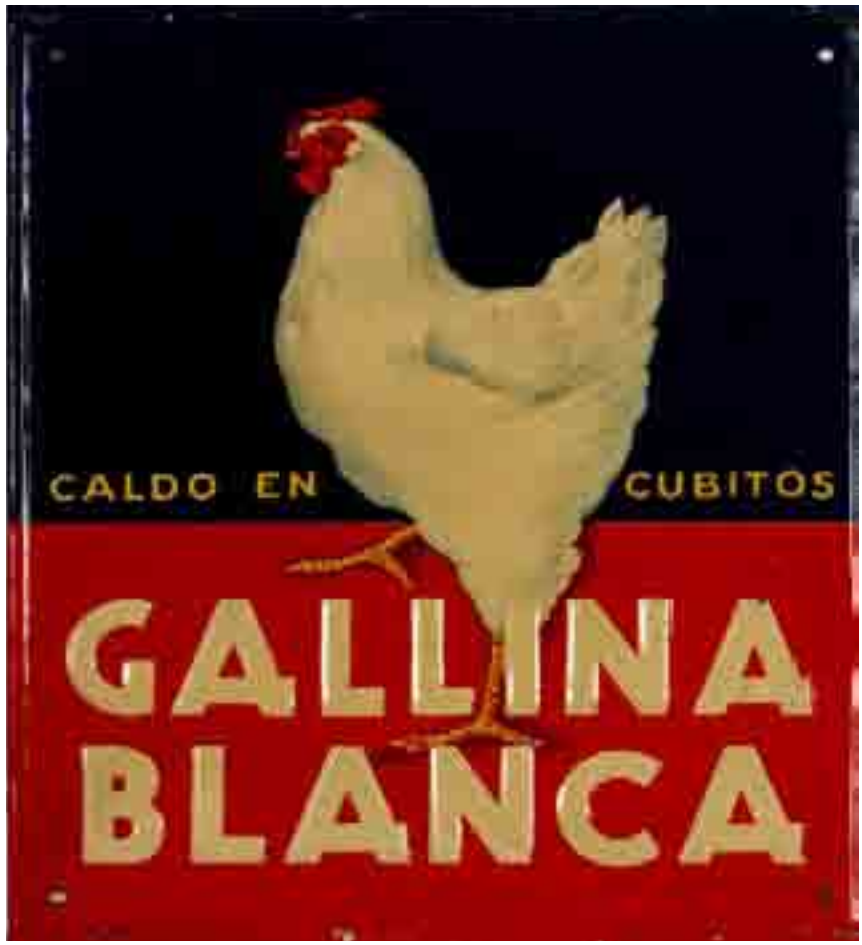
B

C

D

E

F



G

H

F
Cartón, años 40. 33 x 10,5 cm
Colección Carlos Velasco

G
Chapa, años 40. 16,5 x 13,8 cm
Colección Carlos Velasco

H
Y. Revista de la mujer, abril de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

tes de medias, con el aliento de las autoridades, a quienes disgustaba este "desnudismo de las piernas", pusieron en marcha una campaña para animar a las mujeres a usar medias con el lema "sin medias, vestida a medias".

Las restricciones eléctricas dieron lugar a la extensión del uso de quinqués, candiles, palmatorias y carburos, y a la difusión de las lámparas Petromax, a las que hubieron de recurrir también los comercios y oficinas debido a los habituales cortes de corriente. En algunas comarcas no había luz desde las 8 de la mañana hasta las 8 de la tarde. Aún en 1949 seguía habiendo restricciones eléctricas agravadas por la falta de lluvias, la famosa y tópica "pertinaz sequía", en frase acuñada

A

B

C

D

A
Fotos, junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Vértice, mayo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Cartel, años 40. 35 x 24 cm
Colección Carlos Velasco

D
La Nueva España (Oviedo), 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

por Franco, que es cierto que se prolongó durante años (1944, 1945 y 1946 registraron los niveles de pluviometría del siglo).

No había tampoco gasolina. Las restricciones de gasolina dieron lugar a la aparición de los gasógenos, cuyo uso se extendió impulsado por el gobierno. Era un horno o caldera que se adosaba a la parte trasera de los vehículos, y en el que se procedía a la combustión de leña o carbón –o cualquier otro material susceptible de arder, ya que se llegó a usar cáscara de almendra o avellana–, cuyos gases impulsaban el motor. Era la solución autárquica al problema de falta de carburantes; en realidad, era sólo eficaz para trayectos cortos y, sobre todo, sin grandes dificultades orográficas; subir cuestas resultaba realmente complicado, pero en determinados momentos hasta el jefe del Estado y sus ministros usaron el gasógeno, al menos

en sus apariciones oficiales. No obstante, se dio el caso de algún general al que se le desprendió el aparatoso artefacto de su coche, el cual siguió rodando sin mayores problemas, lo que evidenció que funcionaba ilegalmente con gasolina. La escasez de gasolina y el uso obligatorio del gasógeno en determinados días se agravó en el transcurso de la guerra mundial, cuando las potencias aliadas llegaron a cortar totalmente el suministro de petróleo a España como represalia por los envíos españoles de wolframio a Alemania. En septiembre de 1941 una orden prohibió la circulación de turismos desde las 14 horas del sábado hasta las 14 horas del lunes. En octubre de 1947 la persistente falta de carburante llevó a dictar medidas que prohibieron la circulación de vehículos de determinada potencia durante cuatro días a la semana. Así que las calles se llenaron de carros y tartanas, y, por supuesto, de bicicletas, convertidas en medio normal de transporte, como demuestran los múltiples anuncios de tiendas de venta y reparación de bicicletas.

E

F

G

E, F, G
AGA (3) 122 – 74/Pl.1/C.1

Los racionamientos y las restricciones de luz y de agua duraron mucho[136]. 1946 fue un año durísimo, se estrechaba el cerco internacional contra el régimen, cundía el fantasma de otra guerra civil, acechaba el espectro del hambre. En realidad, el aislamiento diplomático del régimen acordado por la ONU, que condenaba a todo el país a nuevas privaciones y carencias materiales, sólo sirvió para consolidar al Caudillo, que consiguió aglutinar a la población en torno a sí en un clima de exaltación nacionalista de protesta contra la decisión de la ONU. La subsistencia de la población en 1947 sólo quedó asegurada gracias a la decisión de Argentina de no acatar las recomendaciones de la ONU y enviar remesas de trigo, maíz y carne

[136]
Las quejas sobre los cortes de luz y agua del reportero Tribulete, o de la madre de los revoltosos Zipi y Zape, conocidos personajes de las historietas de Pulgarcito que comenzó a publicarse en 1947, son un fiel reflejo de aquella España en penumbra. Véase *Antonio Altarribia, La España del tebeo. La historieta española de 1940 a 2000*, Madrid, Espasa Calpe, 2001.

A
Cartel, años 40. 38 x 24,5 cm
Colección Carlos Velascoid

B
Informaciones, 8 de julio de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madr

C
Informaciones, 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Cartón, 1950. 19 x 26 cm
Colección Carlos Velasco.
Esta bebida refrescante de cacao, creada por el industrial catalán Joan Viader, empezó a fabricarse en la Segunda República (1933). Al estallar la guerra dejó de fabricarse durante catorce años. En la posguerra se suspendieron las importaciones de cacao y el poco que llegaba no tenía la calidad requerida. Fue en 1950 cuando volvió al mercado español con el eslogan publicitario "de igual calidad al de 1936".

A

congelada. Evita Perón se convirtió en una santa para las masas españolas.

Pero si algo recuerdan con más persistencia los que vivieron aquellos años es el frío, un frío que califican de "glacial" en los largos y gélidos inviernos de la posguerra en que las orejas y las manos se llenaban de sabañones. La piel se agrietaba y se rajaba, y se llenaba de tumefacciones como bolsas que dolían mucho al recibir cualquier golpe. La falta de carbón congelaba los hogares. En las casas de los años cincuenta seguían siendo normales los braseros o infiernillos encendidos bajo la manta de la mesa camilla. Y las bolsas de agua caliente. Para poder calentar los pies con sólo unas fricciones se anunciaba un producto llamado Pedicalor. En 1950 el 97% de las viviendas españolas carecían aún de calefacción. De modo que los maravillosos modelos de calefacción de Roca Radiadores y otras marcas que por entonces se anunciaban eran sólo para las clases privilegiadas. A lo largo de los años cincuenta, la situación mejoró muy ligeramente, de modo que esa tasa descendió hasta el 92%. Sobre la austeridad de la vida cotidiana de la mayoría de los españoles dan una idea estas cifras: en 1950 sólo la mitad de los hogares contaba con retrete propio, cifra que aumentó hasta un 60% a lo largo de la década. El 33% tenía en 1950 agua corriente y aumentó hasta el 45% al finalizar la década. El 20% carecía de electricidad, aunque esta cifra se redujo en el transcurso de la década hasta el 10%[137].

B

C

D

[137]
Véase Enrique Moradiellos, *op. cit.*, p. 117.

Cartel, 1941. 54,3 x 36,8 cm
Colección Carlos Velasco

5. El "piojo verde" y otros parásitos: insalubridad y enfermedades

No es de extrañar que en aquellas condiciones de penuria y escasez, de hambre y frío, se produjese un rebrote y difusión de enfermedades carenciales provocadas por la mala alimentación y otras derivadas de la falta de higiene. La salud se convirtió en el tema estrella de la publicidad en aquellos años, con un porcentaje altísimo de anuncios de productos farmacéuticos y otros muchos de productos antiparasitarios para paliar los graves problemas de insalubridad.

La limpieza y la desinfección fueron asuntos preocupantes, que en algunos momentos se convirtieron en auténtica obsesión, a juzgar por la avalancha de productos que se anunciaron para espolvorear, fumigar o embadurnar los cuerpos de las personas y los habitáculos donde éstas vivían, ya fuesen casas, colegios, cárceles... Los productos para tratar de combatir ratas, chinches, cucarachas, piojos y otros muchos insectos llenan literalmente las páginas de los periódicos de todos aquellos años. Es realmente espectacular la multitud de marcas de desinfectantes, raticidas, insecticidas y pesticidas que se anuncian. Los lemas publicitarios insistían en la guerra a muerte declarada contra esos inmundos enemigos ("la sentencia a su maldad", rezaba un conocido raticida), sintonizando con la machacona retórica del régimen sobre la necesaria "limpieza de la nación", que evidentemente no aludía sólo a la campaña para desinfectar y descontaminar España de parásitos reales, sino también a la emprendida para eliminar de raíz las doctrinas malsanas y sus partidarios.

A

B

D

E

A
Destino, 27 de julio de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Semana, 13 de agosto de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Nueva España (Oviedo),
14 de agosto de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Fotos, 11 de mayo de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 8 de abril de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C

El paludismo tuvo por entonces un fuerte rebrote en España y causó muchas víctimas mortales. Los parásitos constituyeron un verdadero problema, desde las chinches, compañeras inseparables de los humildes de la posguerra, que provocaban irritaciones en la piel y desagradables picores, hasta otros, mucho más peligrosos, como el "piojo verde", que anidaba en las ropas y provocó una grave epidemia de "tifus exantemático" cuyos síntomas, aparte de una erupción generalizada, eran fiebre elevada y una gran afectación

F

H

G

del sistema nervioso, causante de muchas muertes (murieron el 14% de los contagiados), sobre todo entre la población reclusa y en los asilos para pobres. En 1941 hubo focos importantes en Córdoba y Madrid, y en 1942 en Málaga y Cádiz. Lo malo es que, aparte de deshacerse de las ropas contaminadas para eliminar las liendres, no hubo un tratamiento eficaz para esta enfermedad infecciosa hasta la llegada del DDT (Dicloro-Difenil-Tricloroetano), que en España empezó a comercializarse ya en la segunda mitad de los años cuarenta. Este potente insecticida, una vez que se introdujo, se convirtió en un verdadero talismán, y son innumerables las marcas que aluden a las maravillas del DDT, cuyo descubridor, Paul Muller, ganó el premio Nobel[138]. DDT fue el título de uno de los tebeos de más éxito desde que nació en 1951, primero llamándose DDT contra las penas, luego ya sólo DDT. Mostramos aquí algunos conocidos carteles, como el que realizó en 1946 Joan Clapera para la conocida marca Orión (el gigante cazador que según el mito griego libró algunos lugares de las fieras que los infestaban). Algunos se hicieron famosos gracias a cancioncillas publicitarias que

I

F
Semana, 3 de diciembre de 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid. La censura debió considerar demasiado explícita la imagen de la flecha señalando la ladilla ya que este anuncio fue enseguida sustituido por otro, que se anunció muchísimo a lo largo de los años 40, en el que sólo quedaba la flecha y había cambiado el eslogan.

G
ABC, 10 de febrero de 1945. Hemeroteca Municipal de Madrid

H
Fotos, 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

I
Semana, 27 de julio de 1943. Hemeroteca Municipal de Madrid

[138]
No obstante, la persistencia en el ambiente de este antiparasitario, protector frente al paludismo, el tifus y otras enfermedades propagadas por insectos, acabaría por decidir la restricción de su uso en muchos países, entre ellos España, a finales de los años setenta.

A
Fotos, 6 de julio de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Fotos, 4 de mayo de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Fotos, 15 de junio de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

se emitían en la radio, todas ellas pegadizas, con melodías y ritmos de moda (boleros, chotis, cha-cha-chá, ritmos caribeños...). Una de las más famosas, la del DDT Chas: "DDT Chas, DDT Chas, no hay quien te aguante, tú como el gas, la muerte das, en un instante".

Gran relevancia adquirieron también en la publicidad de aquellos años, sobre todo en la década de los cuarenta, los productos para curar afecciones cutáneas como la sarna o la tiña, así como para sanar úlceras, llagas y forúnculos producidos por la avitaminosis, que hacía que el organismo se quedara sin defensas. Es corriente que en la misma página de un periódico se anuncien varias marcas distintas de medicamentos contra la sarna: Barachol, Antisárnico Martí, Sarnical, Aceite Brujo, Sulfureto Caballero... Como muchos de los afectados no tenían acceso a una ducha o un baño higiénico, bastantes de estos productos insistían en la ventaja de que se podían aplicar fácilmente en seco, sin necesidad de darse un baño. Las páginas de los periódicos están asimismo llenas de anuncios de productos para "purificar la sangre",

D

como Sangrisán, depurativo de la sangre viciada, o el famoso y anunciadísimo depurativo Richelet, con impresionantes imágenes de hombres y mujeres llenos de granos, eczemas, sarpullidos y demás purulencias, rascándose desesperadamente.

Enfermedades provocadas por la mala alimentación hubo muchas en la posguerra. La más rara y grave de todas ellas, el "latirismo", causada por la ingestión masiva de gachas de harina de almortas o "guijas", producía parálisis de las extremidades inferiores e invalidez permanente. Eran enfermedades características de pueblos subdesarrollados, muy marginales ya en el resto de Europa. La dieta monótona era también la causante de muchos casos de desnutrición, raquitismo y otros trastornos alimenticios como la obesidad endocrina. De hecho, entre los productos estrella de la publicidad destacaron las harinas lacteadas para conseguir un normal desarrollo de los bebés, que aparecían rollizos en los anuncios, así como los jarabes reconstituyentes –que se anunciaban como complementos alimenticios y tónicos contra la debilidad, tanto física

E

D
Cartoncillo, años 50. 46,5 x 27,5 cm
Colección Carlos Velasco

E
Cartel, 1946. 124,5 x 90 cm
Colección Carlos Velasco.
A mediados de los años cuarenta se introdujo en España el famoso DDT, potente insecticida y antiparasitario, protector frente al paludismo, el tifus y otras enfermedades propagadas por insectos.

A
Cartel, años 40. 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, años 50. 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

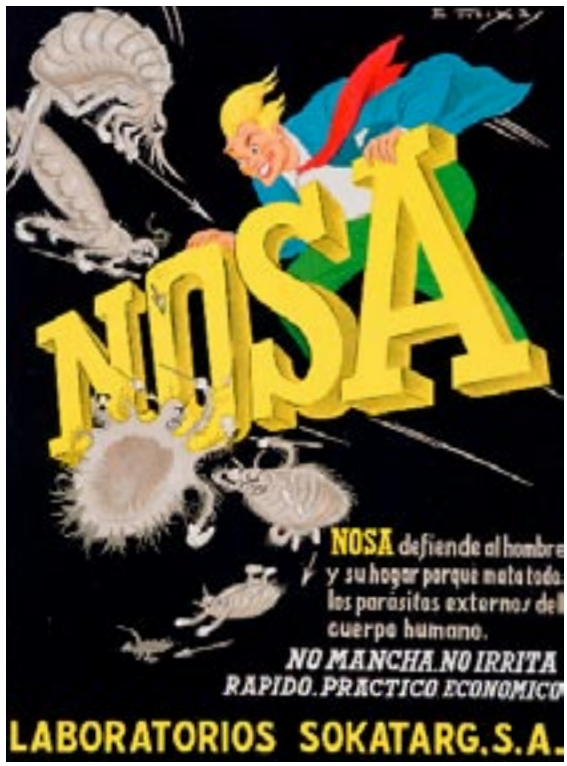
C
Cartel, años 50. 98,5 x 68 cm
Colección Carlos Velasco

D
Cartel, años 40. 30 x 22 cm
Colección Carlos Velasco

A

B

C



D

E

F

E
Cartel, 1940. 34,5 x 24,5 cm
Colección Carlos Velasco

F
Cartel, años 50. 36 x 26 cm
Colección Carlos Velasco

G
Cartel, 1949. 69 x 48,5 cm
Colección Carlos Velasco

como nerviosa– y los productos para combatir las molestias digestivas.

Entre los reconstituyentes, el más famoso –uno de los productos más anunciados durante todos estos años– fue fósforo Ferrero, que servía, según los lemas publicitarios, prácticamente para curarlo todo: desnutrición, anemias, agotamiento, debilidad, raquitismo, alteraciones nerviosas, insomnio, convalecencias... Otros, también muy anunciados, fueron el vino Pinedo, que en los primeros tiempos se anunció con la imagen de un hombre encogido que se va levantado hasta alcanzar una posición firme y marcial con el lema, "¡Arriba el ánimo!", o el histógeno Llopis, tónico para estimular el organismo enfermo o debilitado. Las enfermedades nerviosas también se extendieron mucho, debido a los padecimientos sufridos en la guerra y en la larguísima posguerra. Hubo un significativo aumento de los suicidios, si bien éste era uno de los sucesos más perseguidos por la censura, que automáticamente tachaba la palabra para sustituirla por algún eufemismo como "un incidente imprevisto" o "una rápida enfermedad".

G

A
ABC, 12 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 10 de enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Semana, 28 de septiembre de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Semana, 11 de marzo de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

E

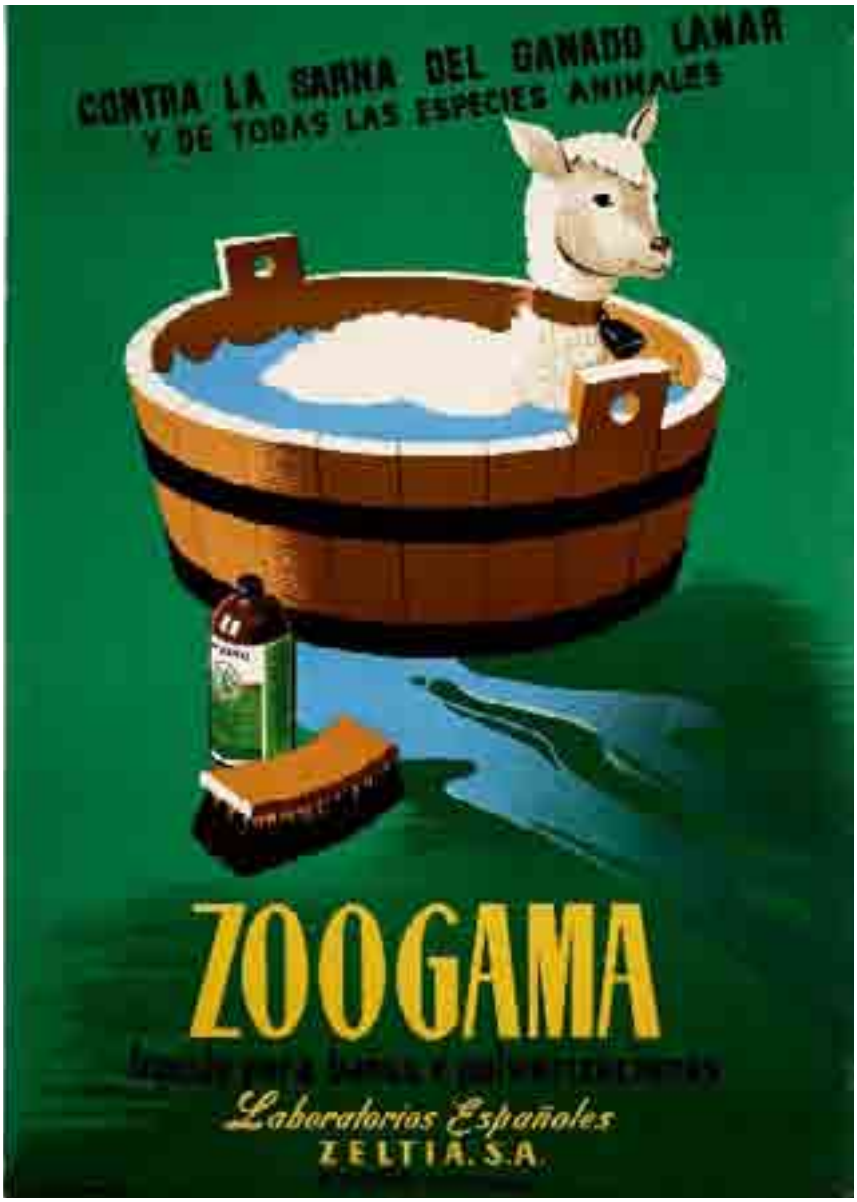
F

E
ABC, 20 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Fotos, 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartel, años 40. 67,5 x 47,5 cm
Colección Carlos Velasco

H
Fotos, 10 de febrero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid



G

H

Mención especial merecen, por la enorme cantidad de marcas que se anunciaron esos años, los purgantes y laxantes contra el estreñimiento, lo que no es extraño teniendo en cuenta el monótono régimen alimenticio de muchos españoles y la carencia de fibras en la dieta. El pan negro de cebada o maíz, las guijas, etcétera, debían ser muy difíciles de digerir. También resulta curioso que muchos de estos laxantes se anuncien como golosinas, o como un "postre exquisito" a falta de otra cosa. Laxen Busto –con su famosa caja roja– fue quizás el más conocido, pero había muchísimos más: Bescansa, Rodher, Yer, Laxante Salud, Laxibero, píldoras de Brandreth... Las aguas embotelladas también se anunciaron como purgantes y, ya en los años cincuenta, entraron con fuerza en el mercado las sales de frutas, indicadas también para las digestiones difíciles: Bishop's, Eno... Los fármacos para los dolores estomacales y las malas digestiones son incontables: Digestina, Norvectan, Elixir Saiz de Carlos, etcétera.

A

B

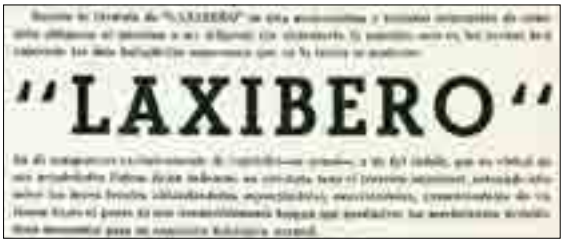
A
Arriba, 26 de abril de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 10 de marzo de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

La desnutrición propició asimismo un crecimiento alarmante de la tuberculosis, que se convirtió en una epidemia y causó una auténtica psicosis colectiva. Al igual que se habían hecho coplas a propósito del "piojo verde", como muestra del humor negro de una población que se quería reír de sus desgracias, los niños también hicieron broma de la temida tuberculosis, cantando aquello de "somos los tuberculosos, los que más, los que más nos divertimos, y en todas nuestras reuniones, arrojamos, arrojamos y escupimos. Es el bacilo de Koch el que más, el que más nos interesa..."[139]. Pero lo cierto era que el tuberculoso producía un gran rechazo por el pánico al contagio. Los llamados "ganglios" eran un aviso de la tuberculosis; antes de la llegada de la estreptomicina, sólo los niños cuyas familias podían procurarles el único tratamiento entonces posible –buenos alimentos, mucho reposo y estancias prolongadas en el campo– podían tener la suerte de curarse[140]. Cerca de Madrid proliferaron como setas los sanatorios antituberculosos en la zona más abrigada de la sierra de Guadarrama. El doctor Fleming acababa de descubrir la penicilina (lo que le valió el premio Nobel en 1945), que tan decisiva habría de ser para tratar la tuberculosis y muchas otras enfermedades infecciosas, pero a España no llegaron las primeras unidades de penicilina hasta 1944, y sólo la gente rica podía con-

[139]
Manuel Vázquez Montalbán,
op. cit., p. 38. 1985, p. 26.

[140]
Miguel Ángel Almodóvar,
op. cit., p. 271.



D

E

G

F

D
Ya, 23 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Fotos, 15 de junio de 1946.
Hemeroteca Munincipal de Madrid

F
La Vanguardia Española,
15 de abril de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
La Vanguardia Española,
28 de mayo de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Cartel, años 40. 25,2 x 18,1 cm
Colección Carlos Velasco

B
Lecturas, 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Codorniz, marzo de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

seguirlas de estraperlo a un elevado precio. Fleming fue, junto con Evita Perón, el gran héroe extranjero de la posguerra española. Cuando visitó España en 1948, igual que había ocurrido un año antes con Eva Perón, el recibimiento fue efusivo.

La disentería y las diarreas se cebaron también entre los más pobres debido a la ingestión de alimentos en malas condiciones y desperdicios, como peladuras de patatas o cáscaras de naranja, muchas veces recogidos de las basuras, y debido también a las pésimas condiciones de suministro de agua potable. En 1945 la mitad de los pueblos de España carecían de agua corriente, y uno de cada tres ni siquiera tenía fuente pú-

D

F

E

D
Semana, 26 de agosto de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Cartel, 1958. 50 x 35 cm
Colección Carlos Velasco

F
Almanaque de *Flechas y Pelayos*, 1940. Colección particular

blica de agua potable. Las muertes infantiles por diarrea duplicaron a las ocasionadas por la temida tuberculosis[141]. El gravísimo problema de la mortalidad infantil, sobre todo por desnutrición y depauperación de las familias, así como por las gastroenteritis y trastornos digestivos en los meses estivales, no era sólo, según la Sección Femenina, "un problema sanitario y de índole moral", sino también "de carácter político", "vital para la prosperidad y grandeza de España"[142]. Se muestran aquí varios carteles de la campaña oficial para mejorar las pésimas condiciones sanitarias y destinada, por ejemplo, a evitar el uso del chupete o a prestar atención a las pequeñas heridas para evitar infecciones graves. La alpargata rota del cartel da una idea de la situación de penuria de amplios sectores de la población.

A pesar de que las cifras no se publicaban en la prensa, en los años cuarenta los muertos a causa de la desnutrición y las enfermedades ca-

A

B

C

D

A
ABC, 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Cartel, 1950.
Colección Javier Puerto.
En los años cincuenta, los purgantes empezaron a considerarse inadecuados como tratamiento habitual y entraron con fuerza en el mercado las sales de fruta, que se anunciaban como laxantes suaves y naturales.

C
ABC, nº extra, aniversario de la Liberación de Madrid, 28 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid.
En 1940 la alusión a un "niño perdido" hacía referencia a la triste realidad del desamparo de muchos niños que no habían podido encontrar a ningún familiar tras la guerra.

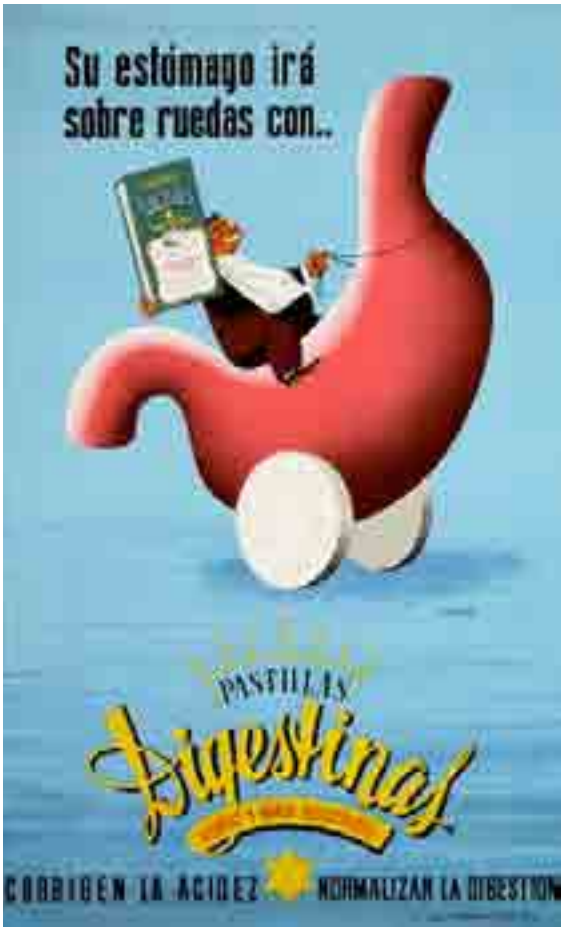
D
Cartel, años 50.
Colección Javier Puerto

[141]
Ib., p. 270.

[142]
Labor sanitaria de la Sección Femenina de FET y de las JONS, 1941, citado por Carme Molinero, *op. cit.*, p. 171

E

F



G

H

E
ABC, 4 de mayo de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 7 de septiembre de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartel, 1958. 50 x 35 cm
Colección Carlos Velasco

H
Tarjeta de propaganda, años 40.
Colección particular

A

B

C

A
Almanaque de *Flechas y Pelayos*, 1939. Colección particular

B
Cartel, años 40. 100 x 62 cm
Colección Carlos Velasco

C
ABC, 5 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

renciales se situaron muy por encima de las tasas de preguerra. En los cinco primeros años de posguerra hubo por esta causa al menos 200.000 muertes. La tuberculosis se llevó a la tumba a unas 25.000 personas al año, y sólo en 1941 se registraron 53.307 muertes causadas por la diarrea y la enteritis[143].

La publicidad reflejó en muchas ocasiones las situaciones más o menos dramáticas que se estaban viviendo. Durante los años de la segunda guerra mundial fue corriente que aparecieran en los anuncios imágenes bélicas, como aviones esparciendo el producto anunciado a modo de bombas arrojadas sobre la población, o paracaidistas que descendían a tierra con el producto en el cinto, o tanques que aniquilaban mosquitos en una guerra sin cuartel, etcétera. Uno de estos ejemplos de utilización de la realidad sociopolítica que se vivía es un anuncio de principios de 1940 de un "niño perdido" –como tantos que en los primeros años

E

F

D
Cartel, años 40 y 50. 100 x 62 cm
Colección Carlos Velasco

E
Cartel, años 40.
Colección Javier Puerto

F
ABC, 5 de noviembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[143]
Véase Stanley G. Payne, *Franco. El perfil de la historia*, *op. cit.*, p. 91.

A

B

A
ABC, 2 de mayo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

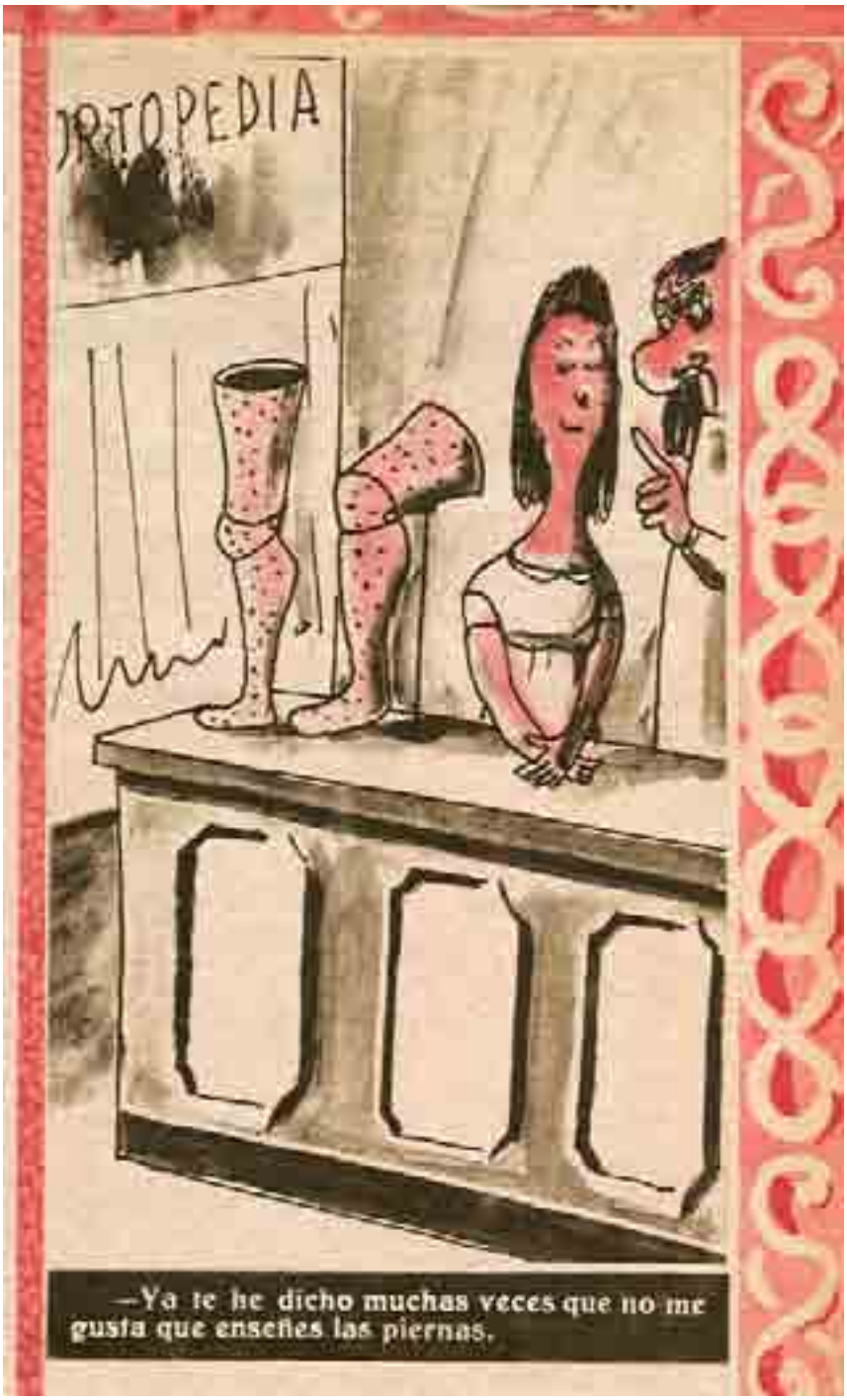
B
Semana, 12 de agosto de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Almanaque de *Flechas y Pelayos*, 1940. Colección particular

D
Arriba, 12 de julio de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C

D



E

F

G

AMPUTADO

Lo que tanto esperaba para una marcha cómoda, ya ha llegado. Es una PIERNA ARTIFICIAL (patentada), construída de tal forma, que sus articulaciones permiten usarla sin molestia alguna. Su sujeción carece de los molestos bandajes y cinturones. Su peso, mínimo

ESTUDIO ORTOPEDICO
PROTESOR

ESPOZ Y MINA, 1. SEGUNDO
Tel. 22 37 42. Madrid. (C. S. 13.120)

H

E
La Codorniz, 31 de marzo de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 19 de julio de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Fotos, 5 de enero de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

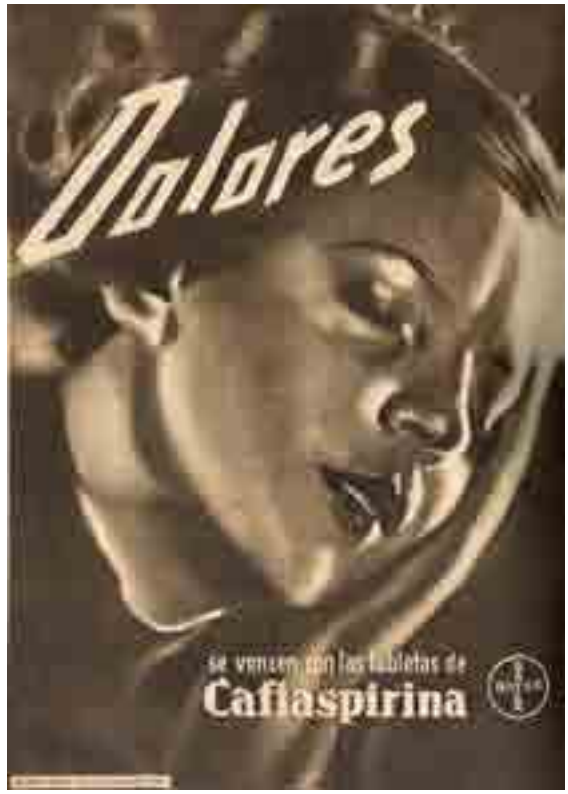
H
Informaciones,
7 de septiembre de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Cartel, años 50.
Colección Javier Puerto.
Diego Pérez Jiménez, farmacéutico dueño de un laboratorio en Aguilar de la Frontera desde los años 30, creó en 1950 este producto compuesto, además de por ácido acetilsalicílico y cafeína, por vitamina B, que le dio enorme fama y supuso un gran salto en la implantación nacional de su empresa. Este analgésico se convirtió en el más vendido después de la aspirina.

B
Semana, 26 de mayo de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Mujer, 1948.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A



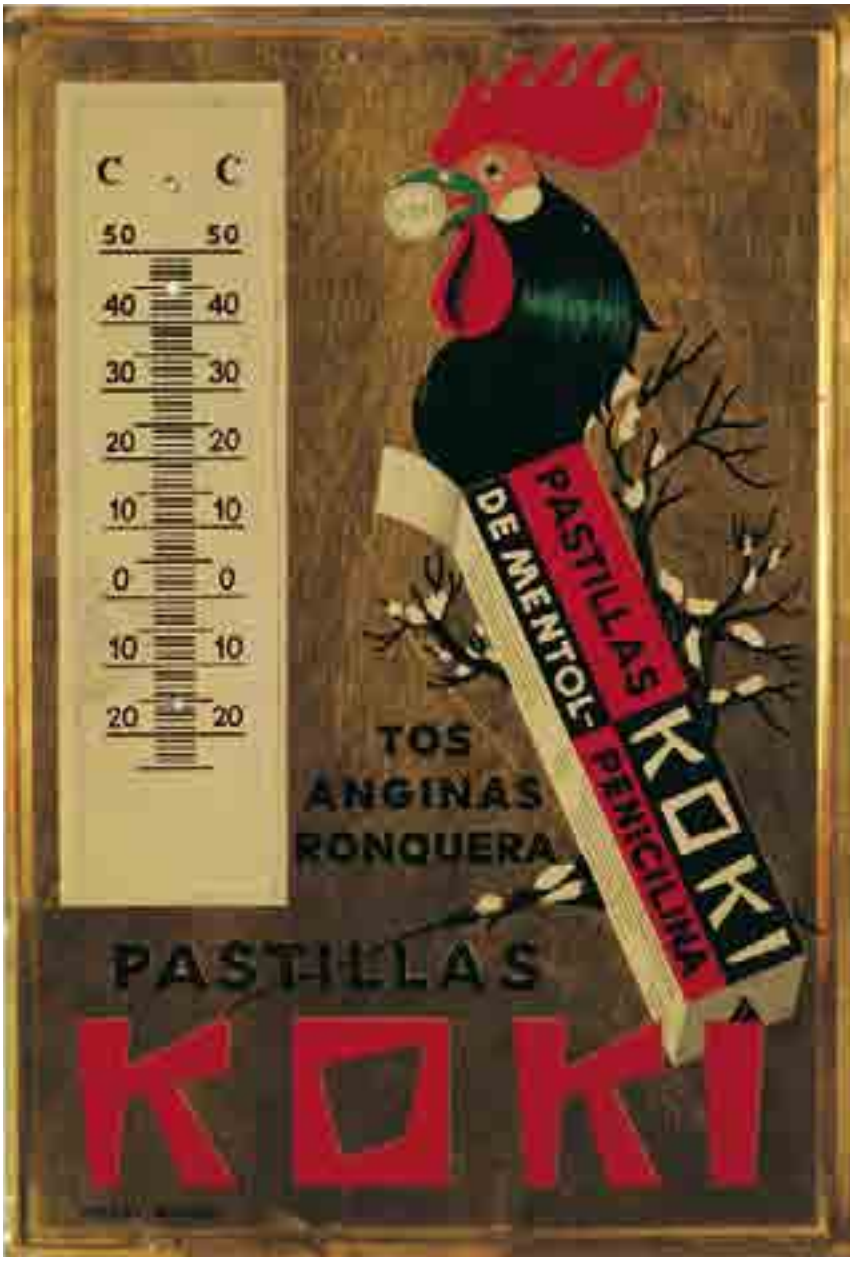
B

del franquismo se encontraron solos y desamparados por no haber conseguido encontrar a sus familiares tras la movilización, evacuación, refugio, muerte o exilio provocados por la guerra civil–, aunque en esta ocasión "el niño perdido" es el que no usa el lombricida del anuncio[144].

Por las calles de la España de la posguerra era frecuente ver hombres mutilados, cojos, mancos... Los productos ortopédicos para amputados e inválidos se anunciaron constantemente en las páginas de los periódicos, como la famosa "pierna artificial Ortoprot, enteramente nacional". La miseria hizo también aumentar la prostitución a la que tuvieron que dedicarse para sobrevivir mujeres sin medios por haber enviudado en la guerra o tener a sus maridos en el exilio o en prisión. Las enfermedades venéreas, como la sífilis, de las que se hablaba poco en la prensa, se propagaron. Algunos anuncios de clínicas que trataban estas dolencias de transmisión sexual, o de medicamentos para combatirlas, evidenciaban esta

C

[144]
El problema de los huérfanos de guerra y de los "niños perdidos" en situación de desamparo fue enorme tras concluir la guerra civil, y albergarlos fue una de las principales tareas asistenciales de Auxilio Social, al tiempo que se propagaba la idea, que pasó a formar parte del imaginario colectivo de la España franquista, de que eran "niños abandonados por los rojos". Véase Ángela Cenarro, *La sonrisa de Falange*, *op. cit.*, p. 150. Véase también Ricard Vinyes, Montse Armengol y Ricard Belis, *Los niños perdidos del franquismo*, Barcelona, Plaza y Janés, 2002.



D

E

«MIRALPARDO»
SANATORIO ANTITUBERCULOSO
INAUGURADO recientemente con TODO CONFORT
ALTITUD: 1.100 m.
Lugar ideal para cura de reposo, a 37 kilómetros de Madrid.
Director: Dr. Valdés Lambea.
Régimen interior a cargo
de Religiosas "Hijas de San José"
Detalles y folletos en Madrid.
Dirección: Marqués del Riscal, 9. Tel. 50118
Admón: Don Ramón de la Cruz, 61. T. 62142

F

D
Cartel, años 40. 24,5 x 16,5 cm
Colección Carlos Velasco

E
ABC, 30 de enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 13 de abril de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Arriba, 17 de enero de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Cartel, 1945. 32,7 x 23 cmv
Colección Carlos Velasco

C
ABC, 20 de enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Semana, 9 de diciembre de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

PATRONATO NACIONAL ANTITUBERCULOSO
SERVICIO DE CONSTRUCCIONES

A

B

C

D

E

F

G

H

E
La Nueva España (Oviedo),
11 de noviembre de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 7 de enero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Informaciones,
20 de septiembre de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
ABC, 3 de enero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Arriba, 5 de febrero de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Fotos, 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

realidad. En 1940, en un anuncio de Aceyte Ynglés con el lema "todos saben para lo que es", aparecía una gran flecha que señalaba a un bicho con aspecto de ladilla; curiosamente, no se volvió a ver más ese anuncio, probablemente censurado y sustituido por otro, que se anunció mucho durante años, en el que había desaparecido el bichito y cambiado el slogan por el de "parásito que toca... muerto es".

Los analgésicos, por supuesto, también tuvieron amplia cabida en la publicidad, con algunas marcas clásicas como Cerebrino Mandri o Veramón y, sobre todo, las marcas de Bayer –Aspirina, Cafiaspirina, Instantina, Doloretas–, que fueron, con gran diferencia, las más anunciadas. Mención especial merece, por la gran fama que alcanzó, el calmante vitaminado, un compuesto de ácido acetilsalicílico, cafeína y vitamina B creado en 1950 por un farmacéutico dueño de un laboratorio en Aguilar de la Frontera desde los años treinta. Este analgésico se convirtió enseguida en el más vendido después de la aspirina. Su éxito fue tal que se anunció también en la radio con una cancioncilla a la que puso letra y sintonía nada menos que Ramón Perelló, famoso autor de coplas, con letras

C

D

F

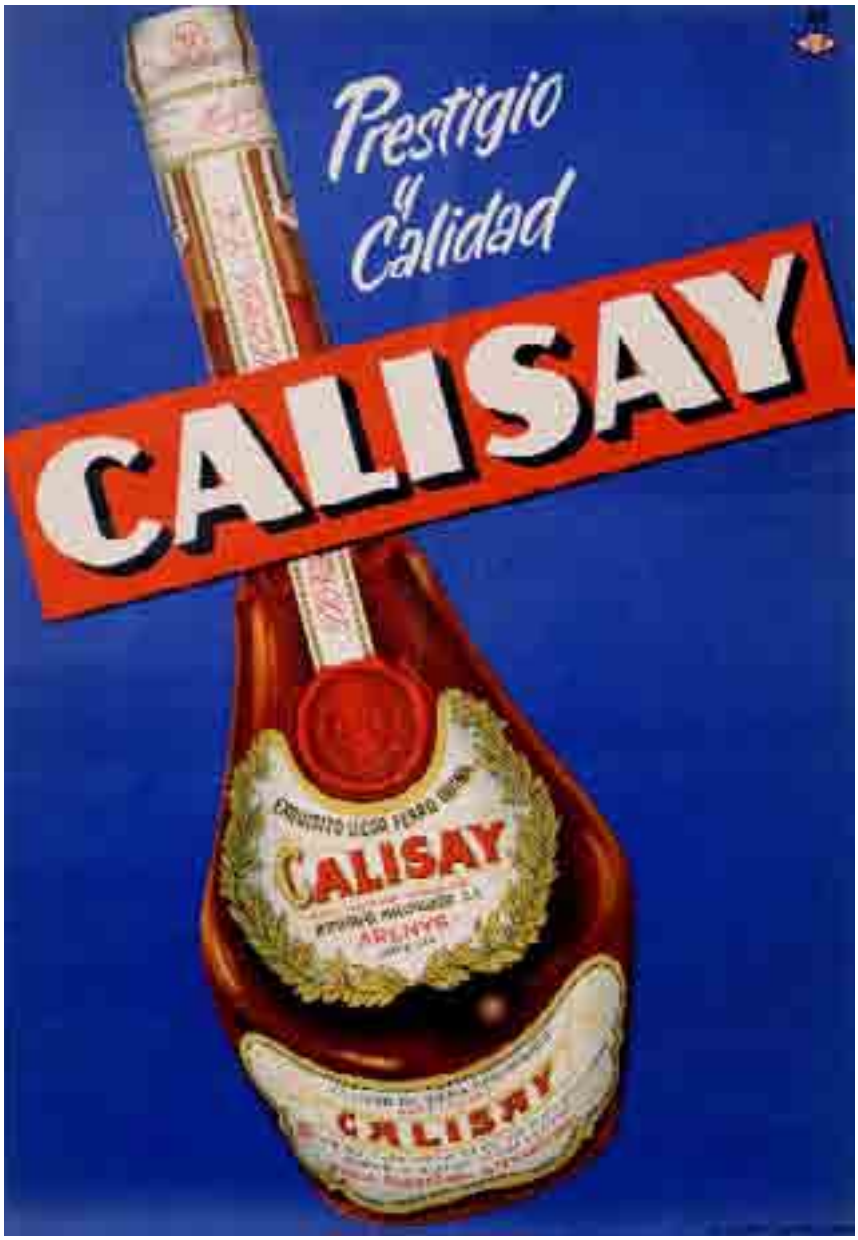
E

C
Fotos, 24 de febrero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Semana, 1 de abril de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Y. Revista de la mujer,
noviembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
La Nueva España (Oviedo),
22 de julio de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid



A

B

C

D

A
Cartel, años 40. 99 x 68 cm
Colección Carlos Velasco

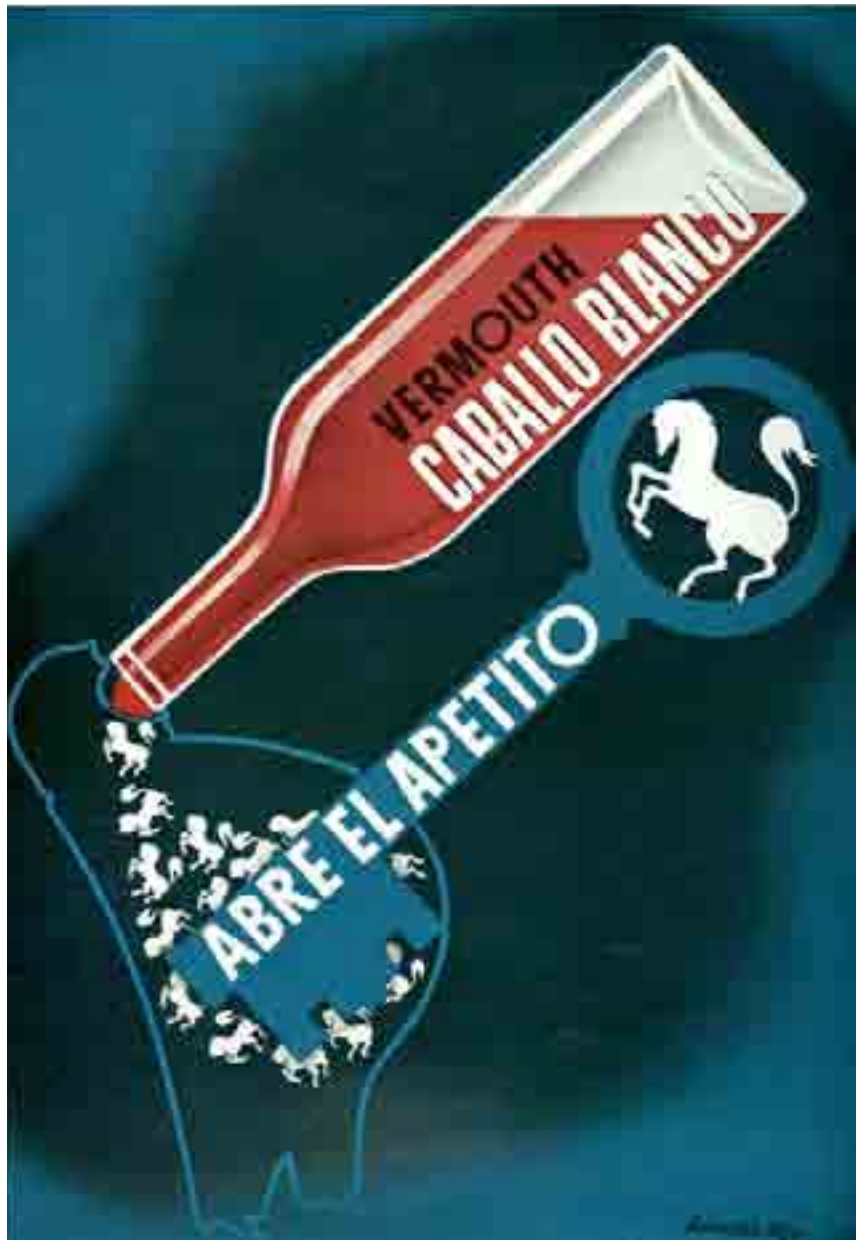
B
Fotos, 6 de julio de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Fotos, 16 de febrero de de 1946.
Hemeroteca Municipal de Mad

D
Cartoncillo, 1944. 34,5 x 33 cm
Colección Carlos Velasco

E

F



G

tan célebres como "La bien pagá". A Perelló se deben también otros anuncios radiofónicos famosos, sencillas rimas, fácilmente memorizables, melodías familiares y cotidianas de aquellos años, como las de Anís Salzillo, DDT Chas, Okal, Centenario Terry, Veterano Osborne o Coñac Fundador.

No podemos dejar de mencionar el tremendo aumento del "vicio de la bebida", según la expresión que aparece repetidamente en la prensa de la época. El alcoholismo y las enfermedades relacionadas con él, como la cirrosis, aumentaron mucho al dispararse el consumo de bebidas alcohólicas para amortiguar la depresión y engañar el hambre. El coñac, servido sólo en pequeñas copitas, o

E
Semana, 2 de febrero de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Cartoncillo, años 40. 25,2 x 35 cm
Colección Carlos Velasco

G
Horizonte, octubre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

A
Arte Comercial, 1950
(se refiere a un anuncio publicado en *España*, Tánger).
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 27 de julio de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 13 de julio de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Cartoncillo, años 40. 28 x 24,5 cm
Colección Carlos Velasco

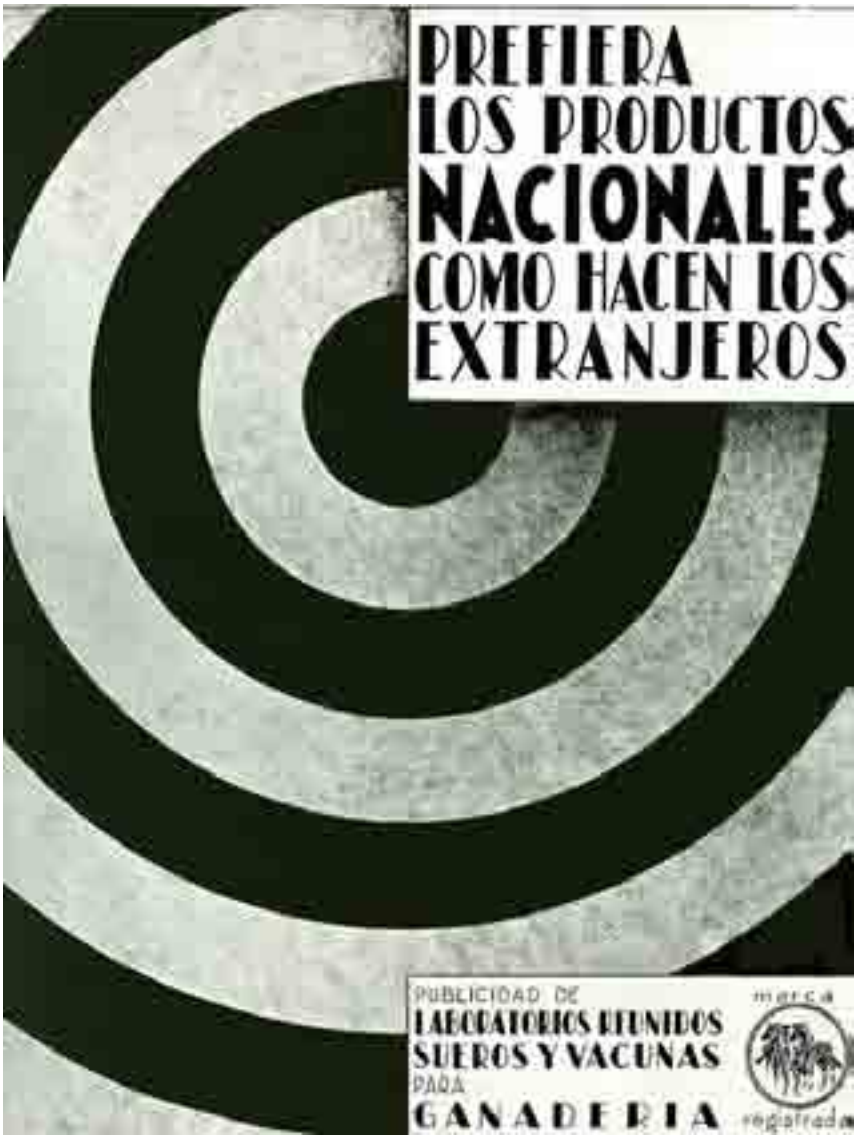
B

C

D

bien en vaso con sifón, fue sin duda la bebida más consumida; "el coñac con sifón –dice Barral– fue una de las más lamentables constantes de los años cuarenta"[145]. Pero también se consumieron muchísimo los anises (del Mono, La Asturiana, Marabú...), el ron Negrita Bardinet, etcétera. Este tipo de bebidas se anunciaron en esos años como el gran remedio para prácticamente todos los males: para aliviar penas y dolores, curar gripes y resfriados, combatir el frío y combatir asimismo los rigores del calor del verano si se tomaban mezcladas con hielo o agua fría. No hubo reparo, incluso, en mostrar en los anuncios a niños bebiendo alcohol, imitando lo que hacían los adultos. La publicidad insistía en que beber alcohol era estupendo para encontrarse mejor y vivir más. Una cancioncilla publicitaria decía: "Cuando se encuentre triste o cansado y quiera al punto verse animado, pida una copa de Chardenet". Las bebidas alcohólicas no estaban gravadas por la administración y eran baratas, de modo que resultaba una manera fácil de evadirse de las miserias cotidianas.

[145]
Carlos Barral, *op. cit.*, p. 184.



Horizonte, febrero de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

6. Autarquía y otros inventos nacionales

La palabra mágica de aquellos años de economía intervenida y cerrada fue "autarquía". Franco afirmó que España era un país privilegiado que podía bastarse a sí mismo sin necesidad de importar nada. España tenía de todo en abundancia y podía ser autosuficiente. Si aún no lo había conseguido, era sólo por culpa de la dejadez e ineficacia de los gobernantes del pasado. Ese ideal de autosuficiencia se plasmó en un nacionalismo económico patriotero que resaltaba la españolidad de todo lo que se hacía[146]. Para no tener que importar, se trató de aprovechar los recursos naturales existentes en cada lugar y, en concreto, los recursos del campo, haciendo con ellos bebidas, conservas, etcétera. Algunos anuncios de este tipo de productos típicos de cada zona de España se muestran en la exposición: dulce de manzana de Asturias, aceitunas en lata del campo andaluz, turrones de Jijona, sobrasada de Mallorca, exquisita miel pura de la Alcarria, *foie gras* español "tan bueno como el mejor extranjero", etcétera.

La hipervaloración de la producción "netamente nacional" y el desprecio a lo extranjero fueron una constante en la publicidad de los años cuarenta, cumpliendo con la consigna del régimen de fomentar el consumo de productos españoles para no tener que importar. El culto a lo español, la apología de lo español, lo inundó todo. "Como en España ni hablar, y eso lo digo yo aquí, en la China y en Madagascar", como decía la canción.

[146]
Véase Luis Enrique Alonso y Fernando Conde, *op. cit.*, 1994, p. 123.

A
ABC, 16 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

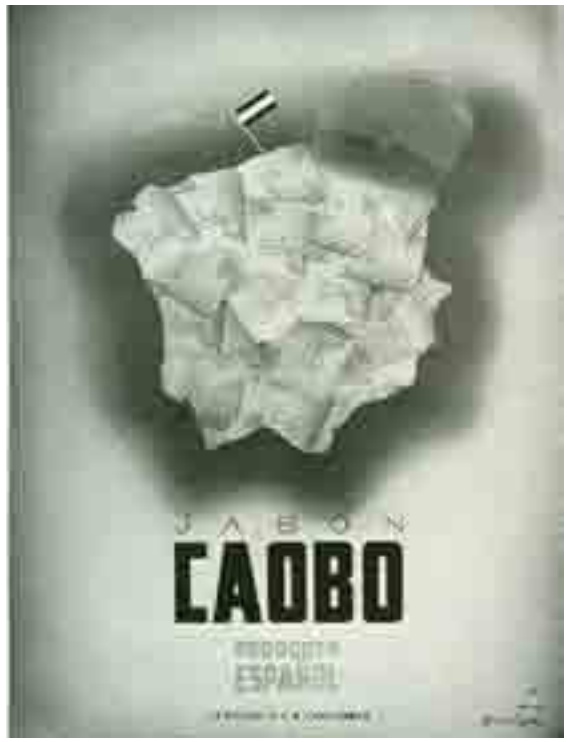
B
Papel secante con propaganda comercial, años 40.
Colección particular

C
Horizonte, 8, octubre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Y. Revista de la mujer, 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B



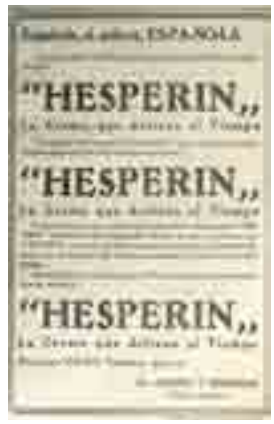
C

D

Había que vender todo lo "español", "las cosas de España". Los eslóganes del tipo "producto cien por cien español", "producto íntegramente nacional", "producto nacional garantizado", "fabricado en España, por obreros españoles, bajo dirección española", "orgullo de la industria nacional"... son habituales en los anuncios de la época. Algunos se anunciaban con la bandera española o con algún atributo típicamente hispánico como una mujer andaluza o la Giralda de Sevilla.

En 1941 se creó el Instituto Nacional de Industria, INI, bajo la presidencia, durante veintidós años, de Juan Antonio Suanzes, gran amigo de Franco, cuyo objetivo era conseguir desde el Estado la industrialización autárquica del país mediante un sistema de ordeno y mando, con costes excesivos, sin estudiar la rentabilidad social de las empresas públicas, y haciendo hincapié sobre todo en la industria pesada (hierro, acero, carbón, electricidad, derivados del petróleo) en detrimento de la industria de bienes de consumo. Lo cierto es que la teoría autárquica se estrelló contra la tozuda realidad. Las ma-

E



F

G

H

E
Semana, 133,
8 de septiembre de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Ya, 18 de junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Fotos, 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
ABC, 18 de noviembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

las cosechas y la arbitraria política de precios obligaron a importar de Argentina grandes cantidades de trigo y otros alimentos básicos.

La imaginación de los españoles, estimulada por el patriótico clima de exaltación de las capacidades del ingenio hispánico, promovió toda clase de inventos para resolver las múltiples carencias que se padecían. Se desató una fiebre de fabulosos inventos que habrían de solucionar todos los problemas. En el origen de esta fiebre tuvieron mucho que ver las más altas jerarquías del régimen, empezando por el propio Franco, que creyó en descubrimientos maravillosos que habrían de generar

C

A
ABC, 7 de febrero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Arriba, 7 de junio de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 23 de marzo de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

E

F

G

D
ABC, 3 de enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Fotos, enero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
La Vanguardia Española,
1 de julio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

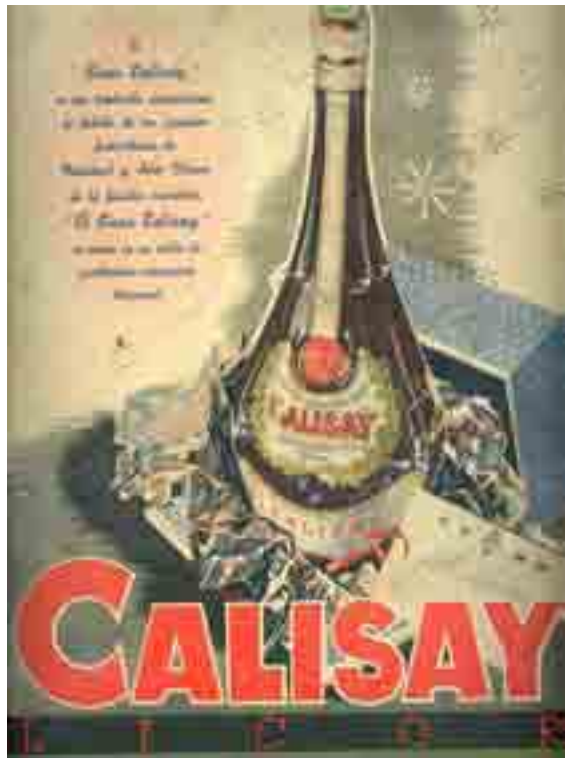
G
Semana, 191,
19 de octubre de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
ABC, 8 de diciembre de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Vértice, noviembre-diciembre de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 20 de diciembre de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

A



B

C

grandes riquezas para la nación. Por ejemplo, en su mensaje a los españoles del 31 de diciembre de 1939 aseguró que España tenía yacimientos de oro en cantidades enormes. Franco se entusiasmó con ilusorios proyectos como el de extraer petróleo de las pizarras bituminosas de Puertollano. En enero de 1940, se anunció que el acuciante problema de los carburantes quedaría resuelto gracias a una gasolina sintética hecha de hierbas, en cuya composición entraba un 75% de agua destilada, un 20% de jugos y fermentos de plantas y un 5% de otros elementos de los que no se divulgaba su composición, y en los que residía el secreto de la fórmula. Al parecer, según nos cuenta Rafael Abella, "Franco había dado crédito a un impostor, un químico austriaco inventor de la colosal superchería"[147]. Girón también alentó este tipo de creencias en milagros, lo que resulta coherente con su inclinación y gran interés hacia el espiritismo; según alguno de sus

[147]
Rafael Abella, *La vida cotidiana*, *op. cit.*, p. 46.

D

E

F

D
ABC, 28 de marzo de 1940, nº extraordinario conmemorativo de la liberación de Madrid. Hemeroteca Municipal de Madrid

E
La Vanguardia Española, 28 de noviembre de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Vértice, agosto-septiembre de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

G
ABC, 28 de febrero de 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

íntimos, había tenido incluso alguna experienciade levitación[148].

La prensa se llenó de noticias sorprendentes sobre hallazgos maravillosos que iban a hacer posible la autosuficiencia de España. La confianza en los milagros y los inventos fáciles, aunque promovida por las autoridades, alcanzó tales proporciones que la censura intervino para prohibir que siguieran publicándose sensacionales descubrimientos e inventos que luego no resultaban ciertos[149]. Pero todavía en la segunda mitad de los años cincuenta los inventos y sus inventores seguían teniendo mucho pro-

G

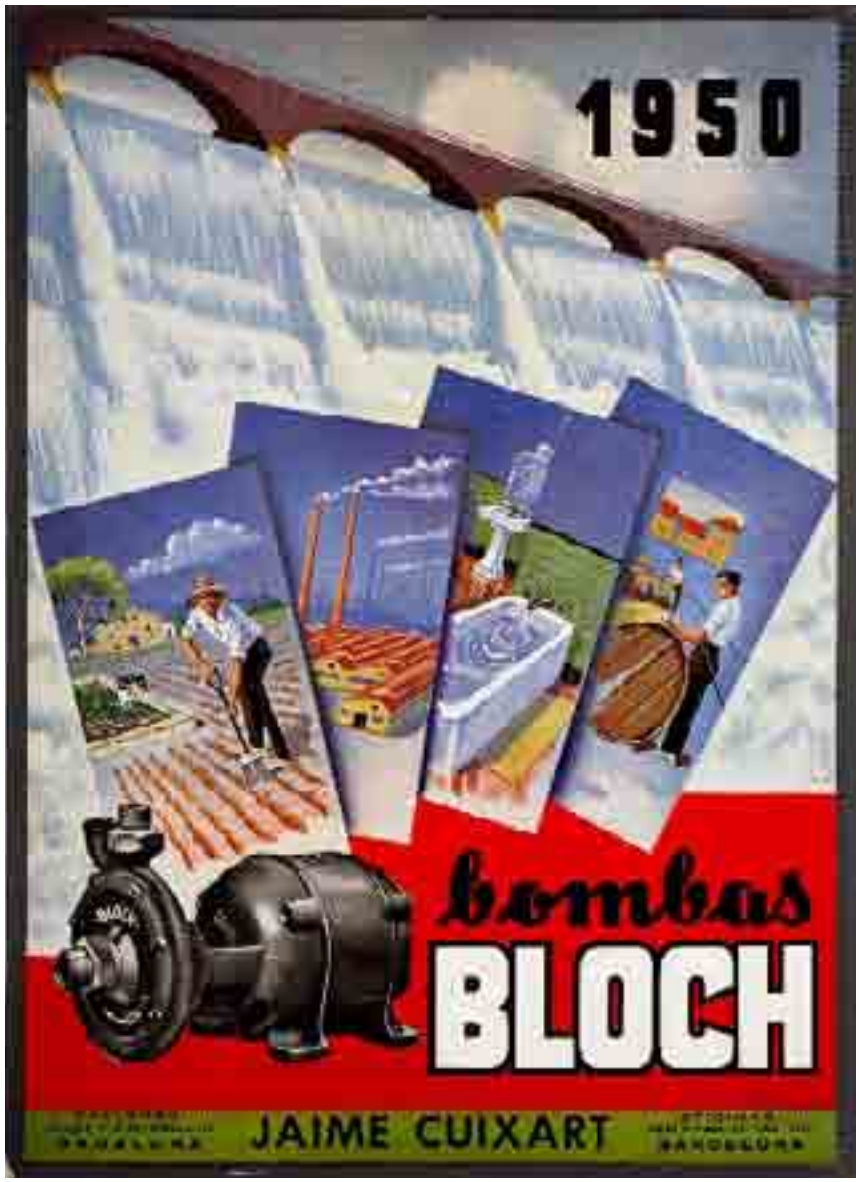
[148]
ABC, nº extraordinario conmemorativo de la liberación de Madrid (28 de marzo de 1940). Hemeroteca Municipal de Madrid.

[149]
Por ejemplo, una consigna de 8 de enero de 1941, AGA, 354, citado por Justino Sinova, *op. cit.*

A
Cartel, 1954. 80 x 53,5 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, 1950. 42,7 x 30,8 cm
Colección Carlos Velasco

A



B

C

E

D

F

C
Cartel, 1953. 69,3 x 48,3 cm
Colección Carlos Velasco

D
Cartel, años 40. 34,5 x 31,3 cm
Colección Carlos Velasco

E
Cartel, años 50. 25,8 x 28 cm
Colección Carlos Velasco

F
Cartel, 1958. 97,3 x 61,3 cm
Colección Carlos Velasco

A

B

C

A, B, C
Tarjetas postales de propaganda del Instituto Nacional de Estadística, años 1949 y 1950.
Colección particular

tagonismo en las páginas de la prensa y, por ejemplo, la revista *Blanco y Negro* dedicaba a ellos una de sus páginas, titulada "Inventiva". Una caricatura de este florecimiento inventivo de la posguerra fue el personaje del profesor Franz, inventor de los más raros artilugios, creado por Ramón Sabatés en la sección "los grandes inventos" de *TBO*. Aquí podemos ver una muestra de este tipo de inventos, algunos más bien inútiles o extravagantes, como el aparato señalizador individual para conductores de motos que se lleva en el casco[150].

Algunos inventos hispánicos sí tuvieron cierto éxito, dada la peculiar economía española, cerrada al exterior. Productos que hubieran sido incapaces de competir en un mercado abierto alcanzaron celebridad de fronteras para adentro. El artefacto ibérico más representativo de aquella época fue probablemente el Biscúter, un pequeño y frágil coche de dos plazas y tres marchas que no disponía de marcha atrás, presentado en la Feria Internacional de Muestras de Barcelona de 1953, modelo descapotable de color rojo y gris, "acorde cromático que parecía la marca del régimen pues también lo llevaban el Talgo y el uniforme de la Policía Armada"[151]. El genial humorista Gila lo inmortalizó en un *sketch* titulado "Gila llama al inventor". El inventor en cuestión debía fabricarle un automóvil a medida y, para que le saliese más ajustado de precio, Gila le comenta que tiene en su casa una lata de membrillo vacía que, raspándole la marca

[150]
Véase *Blanco y Negro* (31 de agosto de 1957).Su inventor era Luis Barandiarán.

[151]
Sánchez Vidal, *op. cit.*, p. 167.

D

E

F

D
Cartel, años 50. 40,2 x 33,2 cm
Colección Carlos Velasco

E
Cartel, años 40. 45 x 35 cm
Colección Carlos Velasco

F
Cartel, años 50. 34,5 x 46,5 cm
Colección Carlos Velasco

y poniéndole unas ruedas..., podía servir. El desternillante chiste no dejaba de tener una base real puesto que la empresa que fabricaba el Biscúter, Autonacional –constituida por un grupo de empresarios catalanes que compraron el prototipo diseñado por el ingeniero francés Gabriel Voisin–, no tenía cupo asignado de chapa, de modo que tenía que adquirirla de estraperlo, y una de las fuentes de suministro más socorridas fueron los bidones de soja que traían los americanos: "como estaban

A

B

C

A
Cartel, años 50. 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

B
Semana, 26 de agosto de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Arriba, 1 de enero de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

E

F

G

hechos de chapa ondulada, no era raro que el Biscúter llevara carrocería a ondas"[152]. Lo que tenía de bueno era su precio, 25.000 pesetas frente a las 100.000 pesetas que como mínimo costaba un coche de importación. El Biscúter, conocido popularmente como "zapatilla", y cuyo nombre provenía de la españolización de *bi-scooter,* puesto que no era más que un scooter con cuatro ruedas, provocó el asombro de los turistas extranjeros que empezaban a llegar a España, que lo encontraban "tan exótico que se hacían fotos con él si no encontraban un burro a mano"[153]. Pero no fue el Biscúter el único microcoche nacional; hubo otros que tuvieron mucho menos éxito, como el Eucort creado por el industrial catalán Eugenio Cortés en 1944 o el Auto-Acedo, una especie de automóvil de juguete que combinaba pedales con un pequeño motorcillo auxiliar para las cuestas. En cualquier caso, estos microcoches desaparecieron rápidamente con la llegada del 600, y el Biscúter, en concreto, dejó de fabricarse a finales de los años cincuenta.

D
Semana, 141,
3 de noviembre de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 2 de enero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Cartoncillo, años 40.16,5 x 21,8 cm
Colección Carlos Velasco

G
Cartel, años 50. 42 x 33 cm
Colección Carlos Velasco

[152]
Ib.

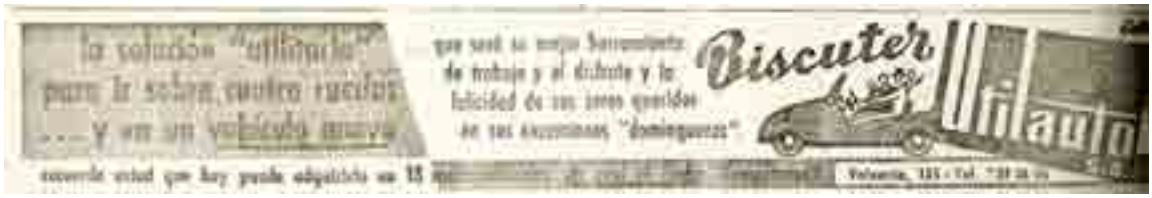
[153]
Ib.

A
La Vanguardia Española,
octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

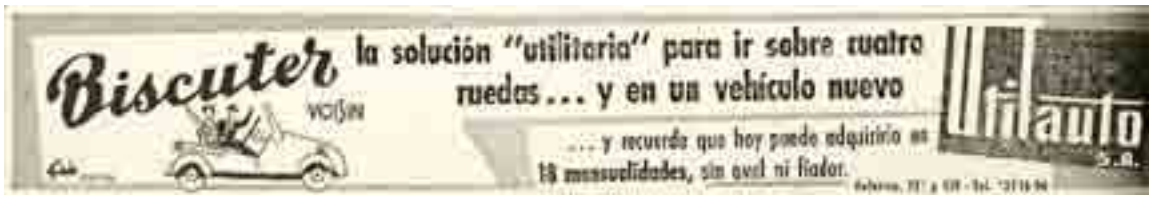
B
La Vanguardia Española,
octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española,
18 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

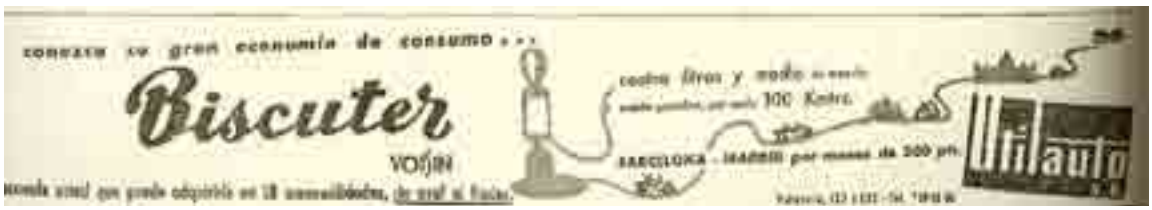
D
Hoja de propaganda, 1955.
Colección particular



A



B



C

D

El Biscúter no fue, sin embargo, el único prodigio de la industria de automoción española. En 1944 la empresa automovilística Hispano-Suiza lanzó al mercado el primer camión español de lo que a partir de 1946 sería ENASA (Empresa Nacional de Autocamiones), más conocida por su logotipo, Pegaso, que, bajo la dirección técnica del ingeniero Wilfredo Pelayo Ricart, fabricó camiones, autobuses, autocares y unos automóviles deportivos de gran lujo, sólo para los muy ricos, que ofrecían un agudo contraste con el panorama general de pobreza del país. Por su parte, la Sociedad Española de Automóviles de Turismo S. A. (SEAT), creada en 1950 con la idea de fabricar utilitarios en España, lanzó en noviembre de 1953 el coche SEAT 1400, idéntico al FIAT 1400 comercializado en Italia, cuyo precio, 150.000 ptas., resultaba prohibitivo para la gran mayoría.

Dentro de la retórica franquista relativa a la economía merece una mención especial la glorificación de los valores rurales, la identificación de lo rural con las "auténticas virtudes de la raza". El campo era para el régimen el "vivero permanente de España". Era en él donde su-

F

G

H

I

F
La Vanguardia Española,
18 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartel, 1958, 70 x 50 cm
Colección Carlos Velasco

H
Blanco y Negro,
septiembre-octubre de 1957.
Hemeroteca Municipal de Madrid

I
La Vanguardia Española,
octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

A
Cartel, años 50. 59 x 81,7 cm
Colección Carlos Velasco. En 1953, la factoría de SEAT en la zona franca de Barcelona lanzó el coche SEAT 1400, idéntico al Fiat 1400 comercializado en Italia.

B
Informaciones, suplemento deportivo de 12 de julio de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española, octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Informaciones, 1 de julio de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Ya, 8 de mayo de 1955.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

E

puestamente reinaba la armonía, donde se conservaban en su pureza las virtudes de sacrificio, abnegación, valores religiosos, modelo familiar patriarcal... En el campo, sobre todo en el campo castellano, residía el pueblo sano frente al cosmopolitismo degenerado de las ciudades, donde se habían incubado los movimientos de obediencia extranjera[154]. En estrecha relación con este agrarismo conservador, se exaltó y promovió el folclore de los pueblos, las fiestas, procesiones, romerías y danzas tradicionales, encarnación de las esencias de la España "verdadera". El regionalismo fue reducido a puro costumbrismo folclórico. Las fiestas populares estuvieron impregnadas de tradicionalismo. Se ensalzó asimismo la artesanía popular como vestigio de una idealizada sociedad medieval gremial y como tarea muy propia de la mujer en los pueblos, hilando o bordando en una

[154]
Santos Juliá, *Franquismo. El juicio de la historia*, *op. cit.*, p. 85.

F

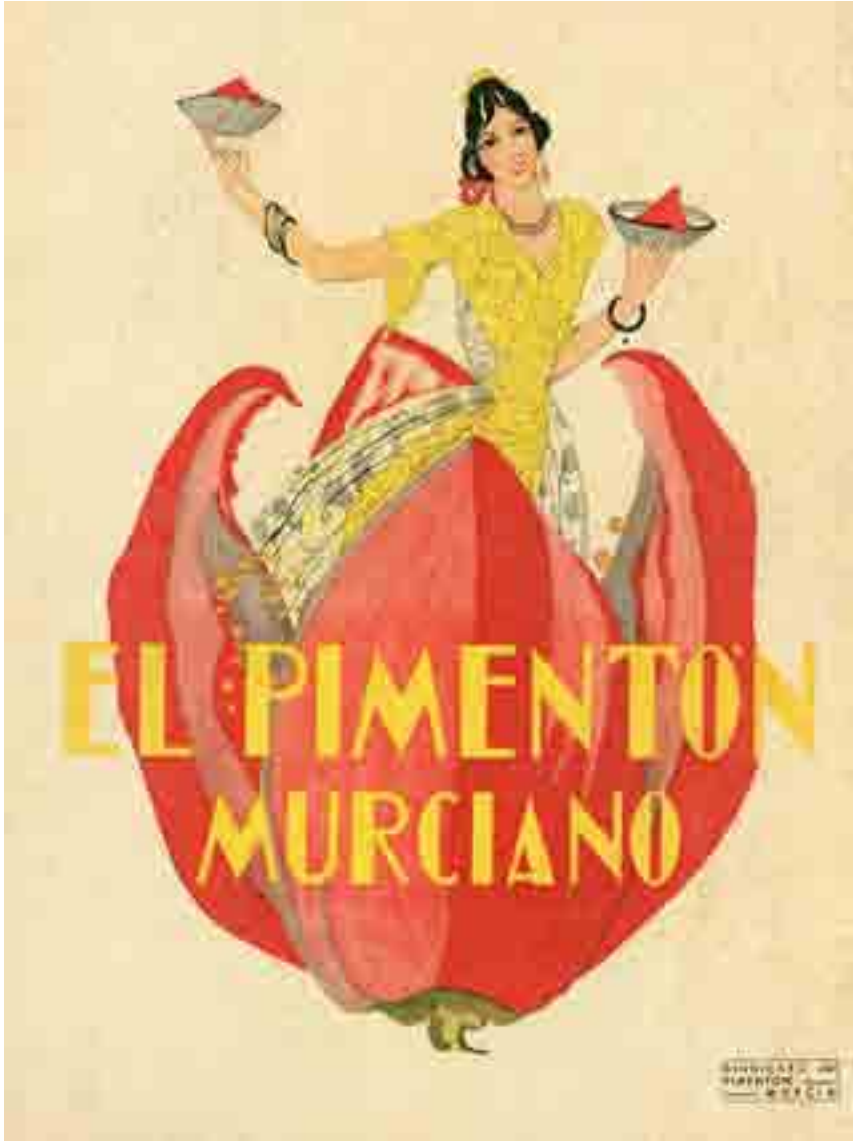
G

H

F
Cartel, años 50. 98 x 68,5 cm
Colección Carlos Velasco

G
Calendario, cartoncillo, 1944.
19 x 15 cm Colección Carlos Velasco

H
Cartel, años 40. 98,5 x 69 cm
Colección Carlos Velasco



A

B

D

A
Vértice, febrero de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid.

B
Cartel, años 50. 33,7 x 24 cm
Colección Carlos Velasco

C
Cartoncillo, 27 x 20 cm
Colección Carlos Velasco

D
Y. Revista de la mujer,
junio de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C

E

F

labor callada y paciente en el entorno hogareño. Se produjo un renacer del casticismo, del costumbrismo, del pintoresquismo popular español. En la publicidad es muy visible esa imagen idealizada del mundo campesino y popular; lo español se identifica en muchísimos anuncios con el estereotipo de los toros, las mantillas, los claveles, la gracia y el salero de las mujeres ataviadas con trajes de faralaes u otros trajes regionales típicos, en una imagen estereotipada que en muchas ocasiones roza el ridículo.

El cine también explotó hasta la saturación esa mística agraria, ese pintoresquismo localista, ese regionalismo estereotipado y plagado de tópicos, sobre todo el folclorismo andaluz y taurino.

Pero, a pesar de esos planteamientos y esquemas optimistas y simplistas del discurso oficial, que se afanaba en presentar la imagen de una España alegre, simpática, graciosa, salerosa, generosa, temperamental, arrogante, donde todo era señorío y belleza racial de sus mujeres, la realidad fue que la política económica autárquica e

E
Archivo General
de la Administración,
(3) 21/ Pla. 01-Caj. 4-Carp nº 1

F
Radiocinema, años 50.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A, B
Estampas de Saénz de Tejada.
33,3 x 27 cm
Colección Carlos Velasco.
Carlos Sáenz de Tejada fue uno de los ilustradores más prolíficos del franquismo y que más contribuyó a difundir la iconografía de los vencedores. Sus dibujos, de gran barroquismo, fueron reproducidos hasta la saciedad en anuncios de muy diversos productos.

C
Cartel, 1945. 44,4 x 31,7 cm
Colección Carlos Velasco

D
Y. Revista de la mujer,
noviembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

E

F

H

G

intervencionista impuesta por el régimen se tradujo en un proceso inflacionista que hizo muy difícil la vida para una gran parte de la población. Aunque las autoridades se propusieron que los precios se mantuviesen en el nivel de 1936, no pudieron evitar una enorme subida del coste de la vida. Las pequeñas subidas salariales no consiguieron compensar las de los precios y la carestía de la vida se convirtió en una constante durante la larga posguerra.

E
Vértice, 30-31, marzo-abril de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Medina, 10 de abril de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G, H
Display, 24 x 16 cm
Colección Carlos Velasco

7. Encuadramiento de "productores" y armonía de clases. El Sindicato Vertical

El proyecto más importante de cuantos se asignaron a Falange tras la guerra civil fue la construcción de la nueva Organización Sindical Española (OSE). Se constituyó, totalmente dependiente del partido, un sindicato único de tipo corporativo que integraba a trabajadores y empresarios en una misma organización, compuesta por las Centrales Nacional-Sindicalistas (CNS) locales, comarcales y provinciales, los Sindicatos Nacionales, organizados por cada rama productiva (Textil, Metal, Construcción...), y las Obras Sindicales, éstas últimas creadas con carácter asistencial y para encauzar el ocio del obrero a través de los llamados Hogares de Educación y Descanso. Una ley de septiembre de 1939 asignó a FET y de las JONS los bienes de los antiguos sindicatos marxistas y anarquistas, incluidos sus locales, que fueron confiscados:

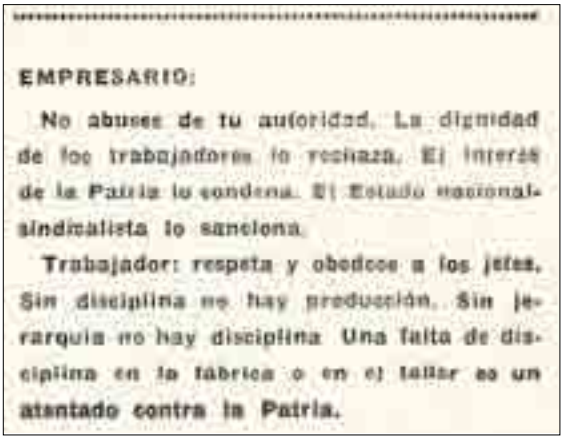
> Las mugrientas y desvencijadas Casas del Pueblo socialistas –se puede leer en un documento de la nueva organización sindical franquista– se convierten en alegres y confortables Hogares de Descanso donde los trabajadores pueden reunirse [...] y sentir que el calor entrañable de la Falange les alienta[155].

El vocablo "obrero" se desterró para ser sustituido por el de "productor", al igual que "patrono" y "patronal" fueron arrinconados para dar paso a los términos "empresario" y "empresarial". Puesto que los intereses de clase debían supeditarse al interés de la Patria, se declaró abolida la

Cartel, años 40. 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

[155]
Orden de servicio nº 10/44, de 22 de marzo de 1944 de la Obra Nacional de Educación y Descanso, citado por Carme Molinero, *op. cit.*, Cátedra, 2005, p. 147.

A



EMPRESARIO:

No abuses de tu autoridad. La dignidad de los trabajadores lo rechaza. El interés de la Patria lo condena. El Estado nacional-sindicalista lo sanciona.

Trabajador: respeta y obedece a los jefes. Sin disciplina no hay producción. Sin jerarquía no hay disciplina. Una falta de disciplina en la fábrica o en el taller es un atentado contra la Patria.

B

A
Cartel, 1939. 64,2 x 88 cm
Colección Carlos Velasco

B
La Vanguardia Española,
23 de junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

destructiva lucha de clases, legado del caduco liberalismo, y en su lugar se instauró la doctrina de la armonía en las relaciones entre empresarios y productores. La fecha del 18 de julio, iniciación del "glorioso alzamiento", fue declarada fiesta de Exaltación del Trabajo como una gran celebración de confraternización en la que se recomendaba que los empresarios y productores organizaran comidas de hermandad: "Ninguna modalidad de esta fiesta recordará a las algaradas marxistas del Primero de Mayo. Aquella fiesta, si así podía llamarse [...], juntaba en el tumulto masas inorgánicas y dispersas, coincidentes sólo en el odio de unas clases hacia las otras y en exigir al estado mejoras, muchas imposibles de conceder sin herir gravemente el cuerpo de la Patria. Nuestra fiesta, por el contrario, es la exaltación del trabajo en la hermandad y en la actividad de todos los productores al servicio de España"[156]. La fiesta del Primero de Mayo, conmemoración esencial para la memoria histórica del movimiento obrero, se suprimió y se transformó, ya en los años cincuenta,

[156]
FET y de las JONS, Sección Femenina, Madrid, s.f., p. 172, citado por Carme Molinero, *op. cit.*, p. 50.

18 DE JULIO: FIESTA NACIONAL DE EXALTACION DEL TRABAJO

A

A
Entrefilete de inserción obligatoria en la prensa. *Semana*, 18 de julio de 1942. Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 18 de julio de 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

en una jornada evangélica bajo la advocación de San José Obrero o Artesano[157].

En el Sindicato Vertical franquista, con una importante función de encuadramiento, control y represión de los obreros, el principio de autoridad, disciplina y jerarquía siempre primó sobre la voluntad de atraer a los trabajadores[158]. En los primeros años del régimen, la Organización Sindical ordenó frecuentes movilizaciones, concentraciones y desfiles de productores. En una de ellas, ante una multitud de 400.000 "productores" en Barcelona para conmemorar el tercer aniversario de la "liberación" de la ciudad, Franco aseguró:

> Los trabajadores catalanes [...] servían inconscientemente a los enemigos de España, que eran sus propios enemigos, y de ese modo un mero problema de organización sindical y estatal llegó a convertirse en esa entelequia del "problema catalán". Pero no había tal problema, ni tal congénita y racial indisciplina de los trabajadores mediterráneos, ni tal lucha de clases como secuela de una concentración capitalista[159].

Pero el Sindicato Vertical, con sus antidemocráticas elecciones sindicales, no logró conectar con los trabajadores, que adoptaron una actitud de pasividad y finalmente de resignación y reclusión en el ámbito privado, una vez que tras la segunda guerra mundial se desvanecieron las expectativas de un cambio de régimen. En todo caso, el protagonismo del sindicato fue reducido. El poder real en el mundo laboral, en un sistema que negaba por completo la libertad sindical, se ejerció desde el ministerio de Trabajo, que durante todo el primer franquismo estuvo en manos del falangista José Antonio Girón de Velasco. Uno de sus inventos fueron las "universidades laborales", una mezcla de escuelas de preparación profesional y universitaria. "Me apasionó la idea de su creación –dice Girón en sus

La Fiesta de la Exaltación del Trabajo

—que simboliza la fusión y armonía de todos los elementos integradores de la producción nacional—resuena hoy jubilosamente en el ancho ámbito de España, y a ella se unen

SEDERIAS CARRETAS

con lo más íntimo, cordial y patriótico de su espíritu.

B

[157] María Dolores de la Calle, "El Primero de Mayo y su transformación en San José Artesano", *Ayer*, 51 (2003).

[158] Carme Molinero y Pere Ysàs, *Productores disciplinados y minorías subversivas. Clase obrera y conflictividad laboral en la España franquista*, Madrid, Siglo XXI, 1998, p. 10.

[159] Véase *Arriba* (29 de enero de 1942), citado por Carme Molinero, *op. cit.*, p. 64.

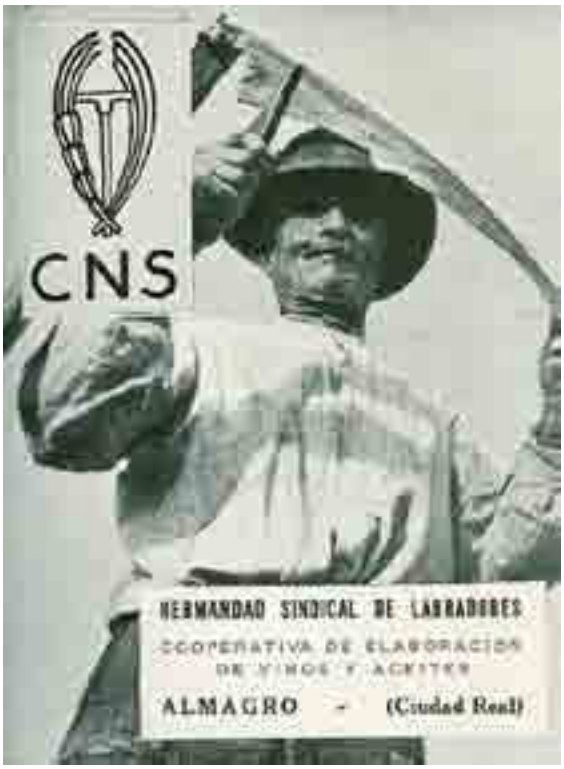
COMPAÑIA

IBERIA

DE TRANSPORTES, S. A.

En el paseo de María Cristina número 26, se hallan instalados los talleres y oficinas de esta importante Compañía de Transportes, la cual con sus 50 camiones, de 8 toneladas, tiene encomendado el servicio del abastecimiento de Madrid. Esta Sociedad fué constituída el 8 de noviembre de 1940, habiendo empezado su funcionamiento normal en febrero de 1941. Toda ella está organizada con arreglo a los Estatutos y Leyes del Estado Nacional-Sindicalista. Venciendo las dificultades que dimanan de las actuales circunstancias, esta Empresa mantiene en su seno un número de cuarenta obreros y proyecta para el futuro diversos beneficios en favor de los mismos. Desempeña el cargo de Director Gerente el camarada José Felmus Pifia, quien con su celo y espíritu nacional-sindicalista, ha hecho que todos sus empleados y obreros estén sindicados, no dudando que con ello favorece a los mismos y cumple las consignas de nuestro Estado.

C



D

E

C
Vértice, septiembre de 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

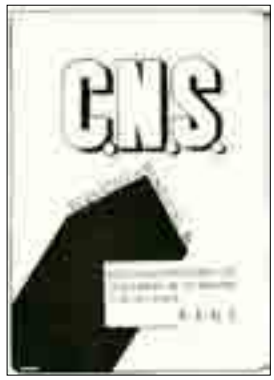
D
Vértice, 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Cartel, años 40. 97,5 x 64 cm
Colección Carlos Velasco

A
Vértice, marzo-abril de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Vértice, diciembre de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Fotos, 18 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madridd



A

B

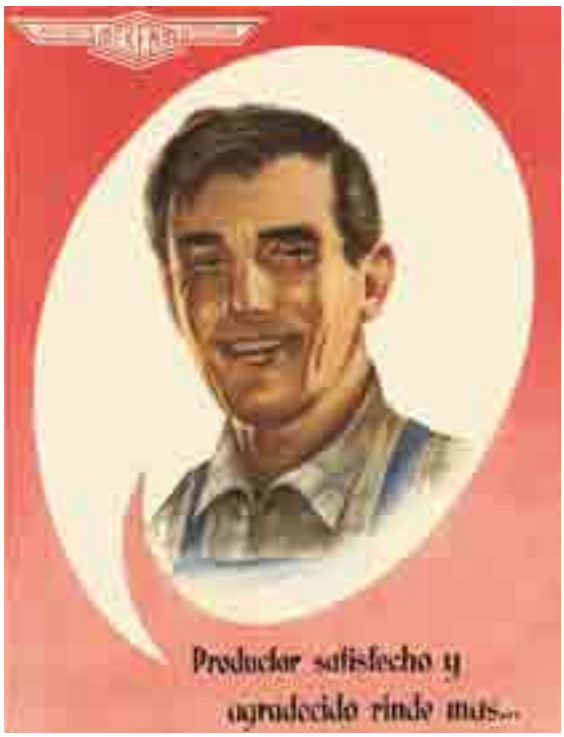
C

memorias– porque en ello veía posible la consecución de mi más profundo ideal falangista: acabar con la lucha de clases."[160] Se construyeron para albergarlas enormes edificios caracterizados por una grandiosidad arquitectónica muy acorde con el régimen. La primera, la de Gijón, fue inaugurada en 1955 y dirigida por jesuitas; luego vinieron otras como las de Córdoba, dirigida por dominicos, y las de Sevilla y Tarragona, de administración laica. Se editaron muchos carteles, alguno de los cuales mostramos, para animar a los trabajadores a ingresar en ellas.

La huelga se tipificó como delito de sedición. No obstante, el malestar acumulado por la terrible carestía de productos de primera necesidad y la penuria salarial acabó por provocar protestas obreras; la más importante desde el comienzo del franquismo fue la de marzo de 1951 en Barcelona, desencadenada a raíz de la subida del precio de los tranvías, que prácticamente paralizó la ciudad. A pesar de la dura represión, supuso el punto de partida de un rebrote de la conflictividad obrera

[160]
José Antonio Girón de Velasco, *Si la memoria no me falla*, Barcelona, Planeta, 1994, p. 125.

D



F

E

D
La Vanguardia Española,
4 de octubre de 1956

E
Cartel, años 40. 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

F
Hoja de propaganda,
principios años 50.
Colección particular

A
Cartel, años 50. 99,5 x 69,7 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, años 50. 99,5 x 69,7 cm
Colección Carlos Velasco

C
Cartel, 1955. 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

D
Cartel, 1945. 69,8 x 48 cm
Colección Carlos Velasco

A

B

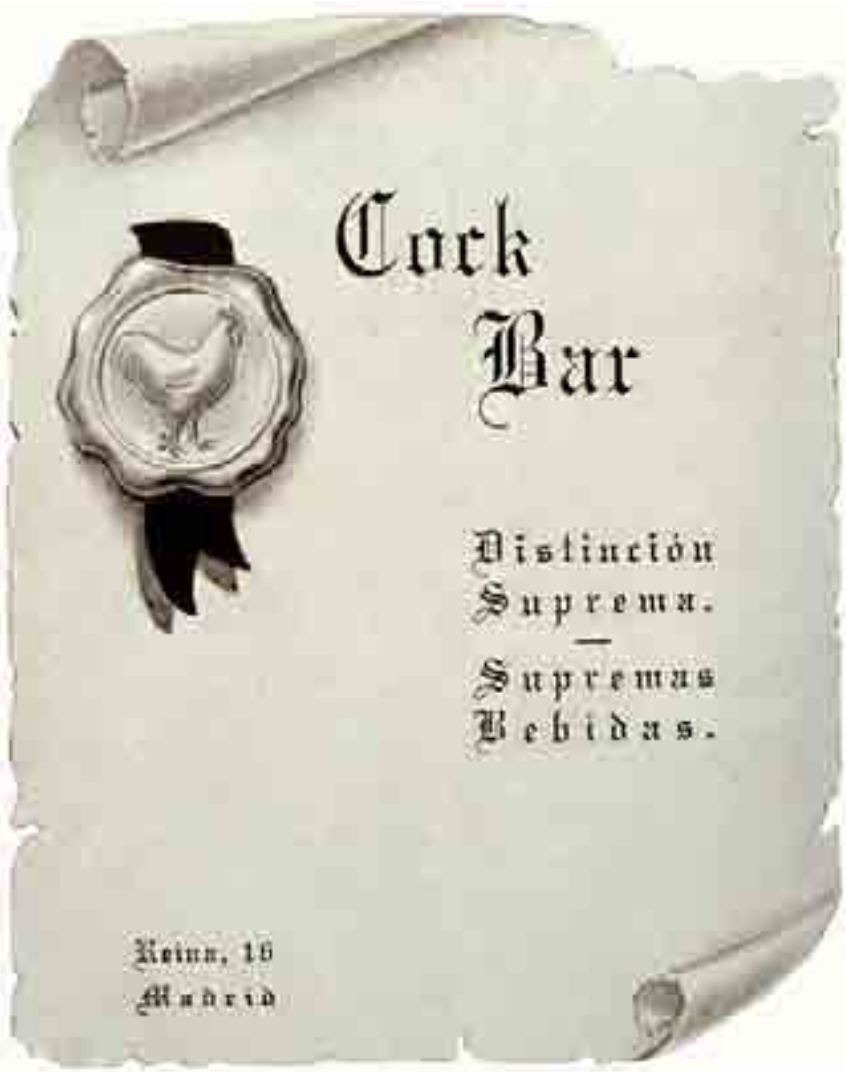
C

D

E
Hoja de propaganda, 1945.
69,8 x 48 cm
Colección Carlos Velasco

E

que iría en aumento a lo largo de la década de los cincuenta. En ese contexto de resurgimiento de los conflictos laborales por las duras condiciones de trabajo, los bajos salarios y la constante carestía de la vida, los dirigentes del Sindicato Vertical convocaron, en junio de 1955, el III Congreso Nacional de Trabajadores, cuyo cartel mostramos, que aprobó algunas reivindicaciones obreras y posibilitó que por fin, al año siguiente, los salarios reales alcanzasen el nivel anterior a la guerra civil.



Horizonte, junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

8. Estraperlo y nuevos ricos: la España pudiente se divierte

Si la gran mayoría de la población vivía con acuciantes problemas de subsistencia, una minoritaria clase social privilegiada pudo vivir en el lujo y la abundancia. Entre los estraperlistas surgieron gentes de riqueza repentina, acumulada en poco tiempo al socaire de la especulación. Fabricantes, industriales, comerciantes, tratantes, intermediarios... se codeaban con las autoridades para conseguir prebendas oficiales y, en concreto, permisos de importación y otras licencias con las que se lucraron de forma abusiva. Muchas de las más altas jerarquías del régimen lograron también inmensas fortunas desde sus puestos en la administración[161]. Una profunda inmoralidad se instaló en la sociedad española.

Los "nuevos ricos", "que compraban los libros a palmos, los cuadros a metros, las fincas a kilómetros, y cuyas mujeres ostentaban una detonante pedrería", hacían gala de un descarado exhibicionismo de riqueza. Les gustaba hacerse notar con signos ostentosos como los coches de importación –Cadillacs, Buicks, Fords Lincoln, más tarde Morris, Citroëns, Austin...–, a los que se dio el nombre de "haigas" para evidenciar la profunda incultura y burricie de muchos de aquellos estraperlistas, que pedían en las tiendas de automóviles "el coche más grande que haiga"[162].

Prototipo de esta clase de "nuevos ricos" fue la familia de industriales textiles Muñoz-Ramonet, que se enriqueció en aquellos años de manera asombrosa. Los hermanos Álvaro y Julio Muñoz, propietarios del Hotel Ritz, se convirtieron en personajes famosos de la Cataluña de la época, siempre en boca de todos. De Julio Muñoz se decía que tenía una mesa de pista reservada todos los días, que pagaba fuese o no, en todos los *cabarets* y restaurantes de moda de Barcelona, así como butacas reservadas permanentemente en todos los cines de estreno. Una de sus diversiones consistía en romper la copa en que bebía champán diciendo "donde bebe Muñoz no bebe ni Dios". Amante de Carmen Broto, una bella prostituta de lujo a la que convirtió en la reina de la noche de Barcelona y que unos años más tarde, en 1949, fue asesinada, Julio Muñoz era un fanfarrón inculto pero audaz y atrevido, tremendamente ostentoso, que

[161]
Es muy conocido el caso del Ministro de Comercio e Industria entre 1940 y 1945, Demetrio Carceller, que abandonó el gobierno habiendo amasado una inmensa fortuna. Sobre las riquezas sobrevenidas en el disfrute del poder durante el franquismo, véase Mariano Sánchez Soler, *Ricos por la Patria*, Barcelona, Plaza y Janés, 2001.

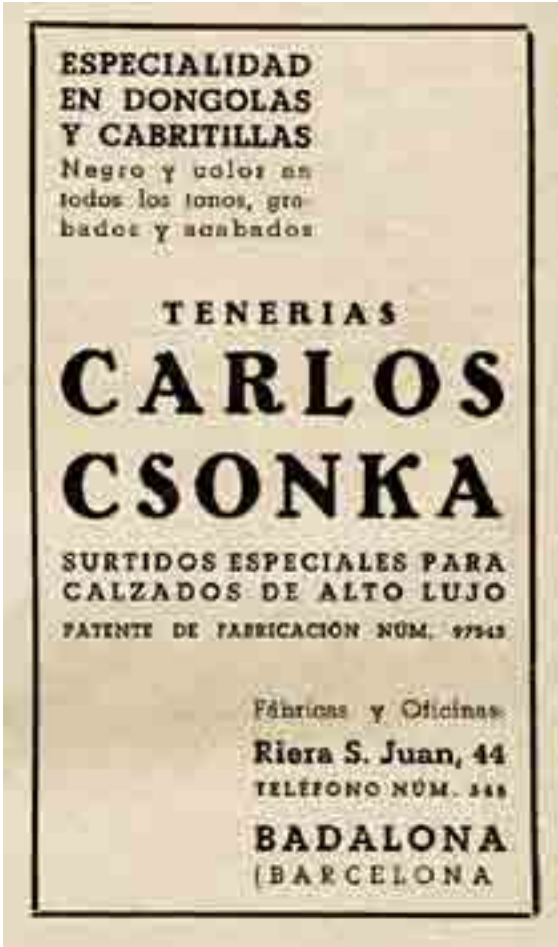
[162]
Sánchez Vidal, *op. cit.*, p. 152. Véase también Rafael Abella, *La vida cotidiana...*, ed. cit., p. 93.

A

se jactaba de sus altas protecciones y organizaba en sus suntuosos palacetes fiestas que impresionaban siempre a los invitados por el lujo desplegado (aunque debían aguantar interminables monólogos sobre sus enormes riquezas con frases como "acabo de completar mi escuadra automovilística con seis Rolls-Royce")[163]. Se casó con la guapísima señorita Villalonga, hija del presidente del Banco Central, en una boda espectacular, todo un desafío social de la época. Muñoz acabaría sus días exiliado como delincuente financiero en Suiza.

Los estraperlistas y negociantes se enriquecieron durante el franquismo en proporción tan increíble que no es raro que casi todos los humoristas de aquel tiempo dedicaran chistes a esos ricachos y sus alardes mostrando tipos gordos, con enormes puros habanos, "arrogantes y vociferantes, dejando al descubierto su condición de patanes enriquecidos"[164]. Sus mujeres eran un escaparate de collares, pulseras y colgantes; y de peletería de zorros plateados, armiños y astracanes; no obstante, el mayor ornato de todo estraperlista que se preciase era la querida. Constituía un signo externo de su éxito y por tanto motivo de exhibición:

> La opulencia alimentaba una doble moral que encontró óptima plasmación en la figura de la "querida", mantenida e instalada en un piso por el próspero industrial, quien la visitaba una o dos veces a la semana. [...] Circulaba entonces el chiste de la esposa que en el Liceo examinaba con sus gemelos a un fabricante textil y a su querida en un palco, y le decía a su marido: "la nuestra es más guapa"[165].



B

A
Cartel, 1944. 52,4 x 26,2 cm
Colección Carlos Velasco

B
Destino, 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[163]
Véase Xavier Muñoz, Muñoz-Ramonet, *Societat il.limitada*, Barcelona, Edicions 62, 2003, p. 153. Véase también Dionisio Ridruejo, *Casi unas memorias*, Barcelona, Planeta, 1977, p. 275. Manuel Ortínez, *Una vida entre burgesos. Memòries*. Barcelona, Edicions 62, 1993.

[164]
Rafael Abella, *La vida cotidiana...*, ed. cit., p. 94.

[165]
Román Gubern, *op.cit.*, p. 31.

A
Radiocinema, 26 de noviembre de 1955. Hemeroteca Municipal de Madrid

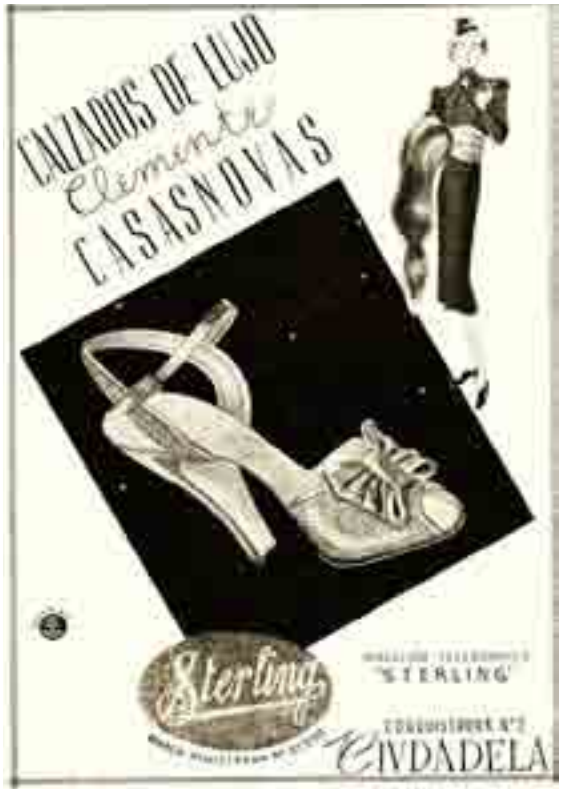
B
Vértice, 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Y, Revista de la mujer, 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
ABC, 11 de febrero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B



C

El nuevo Estado trató de evitar que el despilfarro, el derroche, la exhibición de riquezas y los continuos fastos de la vida de los ricos trascendiesen demasiado, imponiendo una rígida censura para tratar de disimular el abismo entre la mayoría hambrienta y la minoría que podía permitirse todos los lujos[166]. La publicidad de hoteles, restaurantes, locales de espectáculos y salones de baile se sometió a estrictas normas de austeridad. Determinadas palabras que sugerían excesiva abundancia o lujo, como "banquete", fueron desterradas de los periódicos. "Se tendrá especial cuidado –advertía una consigna– con las fiestas que se celebren en el Ritz, el Palace y otros grandes salones de la capital."[167] Se prohibió expresamente

Esta noche, a las diez y media, por Radio-Madrid: "Noticias de Sederías Carretas y de Galerías Preciados."

Temporada de Opera

(24 de Febrero-14 de Marzo)

Prepare con tiempo los bellos y elegantes vestidos que usted va a lucir en ella. Vea nuestra rica y fastuosa variedad de telas especiales para trajes de noche: batistas y organdíes bordados y perforados, georgettes bordados, encajes, tules, glacés, moirés, aurilopes, romanos, duvetinas de seda... Todos los accesorios. Y bolsos, guantes, medias, pañuelos, perfumes, productos de belleza, flores, broches, clips, collares, pulseras, pendientes, etc.

(Vea también nuestros modelos de fajas, tubulares, sostenes, ligueros, juegos interiores, etc.)

Sederías Carretas y Galerías Preciados

Servimos a provincias

ACUDIR LUNES DOCE AL GRAN BAILE DEL CIRCULO DE BELLAS ARTES

D

[166]
La ley de prensa –promulgada en 1938 y vigente durante veintiocho años– establecía un rígido control de los medios de comunicación a través de la censura previa, las consignas y los artículos de obligada inserción. Las galeradas o pruebas de imprenta tenían que enviarse al Ministerio para que la Censura estudiase qué podía publicarse y qué no. Los textos se devolvían con tachaduras en lápiz rojo de todo aquello que había que suprimir. Los periódicos, al contrario que en otras épocas de censura –como la dictadura de Primo de Rivera–, en que habían aparecido con espacios en blanco o machacados de forma que no se podían leer, aparecían con un aspecto normal, como si se tratase de un régimen igualmente normal. Véase Fernando Díaz-Plaja, *Anecdotario de la España franquista*, Barcelona, Plaza y Janés, 1997, p.104. Las consignas, por su parte, eran indicaciones muy precisas, a veces de una minuciosidad extrema, del tipo "el diario de su digna dirección no hará mención alguna de tal asunto", o "deberá publicar íntegro el discurso pronunciado por Franco en recuadro, en primera página y con tal titular".

[167]
AGA (3) 60 21/360.

E

F

G

E
Radiocinema, años 50.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Mujer, enero de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartel, años 50. 42 x 30 cm
Colección Carlos Velasco

A
Cartel, años 40 y 50. 100 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, 1942. 28,5 x 19 cm
Colección Carlos Velasco

C
Cartel, años 50. 35 x 25,5 cm
Colección Carlos Velasco

A

toda referencia a festejos de gala con motivo de acontecimientos como cenas de Navidad o cotillones de fin de año. Se censuraron todos los anuncios ostentosos de comidas y cenas. Los establecimientos sólo podían anunciarse con el nombre del local, el lugar de su emplazamiento y el precio del cubierto "cuando no exceda de un tipo normal"[168]. De ningún modo podía enumerarse la minuta de las comidas y bebidas que iban a servirse. Fueron muchas las consignas de censura publicitaria cuya finalidad era suprimir todo signo de ostentación o riqueza desmedida. Por ejemplo, con motivo de la inauguración del suntuoso local El Jardín de Abascal, el servicio de censura advirtió que "algunos periodistas han presentado ciertos anuncios redactados en tonos ostentosos e inadmisibles, teniendo en cuenta las graves circunstancias económicas por las que atraviesa el pueblo español", y que "no autorizará otros anuncios de inauguraciones de verbenas, cotillones y fiestas en establecimientos de este tipo"[169].

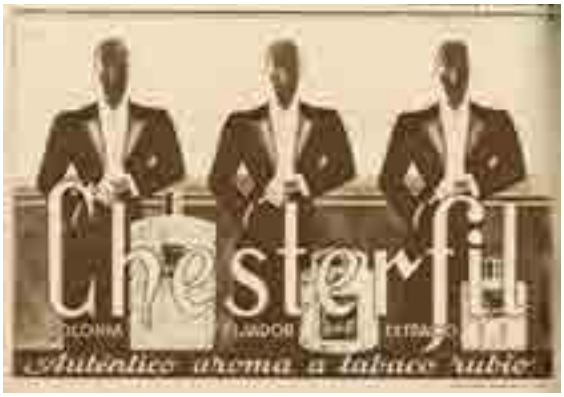
Varias circulares prohibieron expresamente que las noticias publicadas en la prensa mencionasen el nombre del popular barman Perico Chicote cuando servía los banquetes de los actos oficiales del Estado o recepciones militares, a fin de evitar

B

C

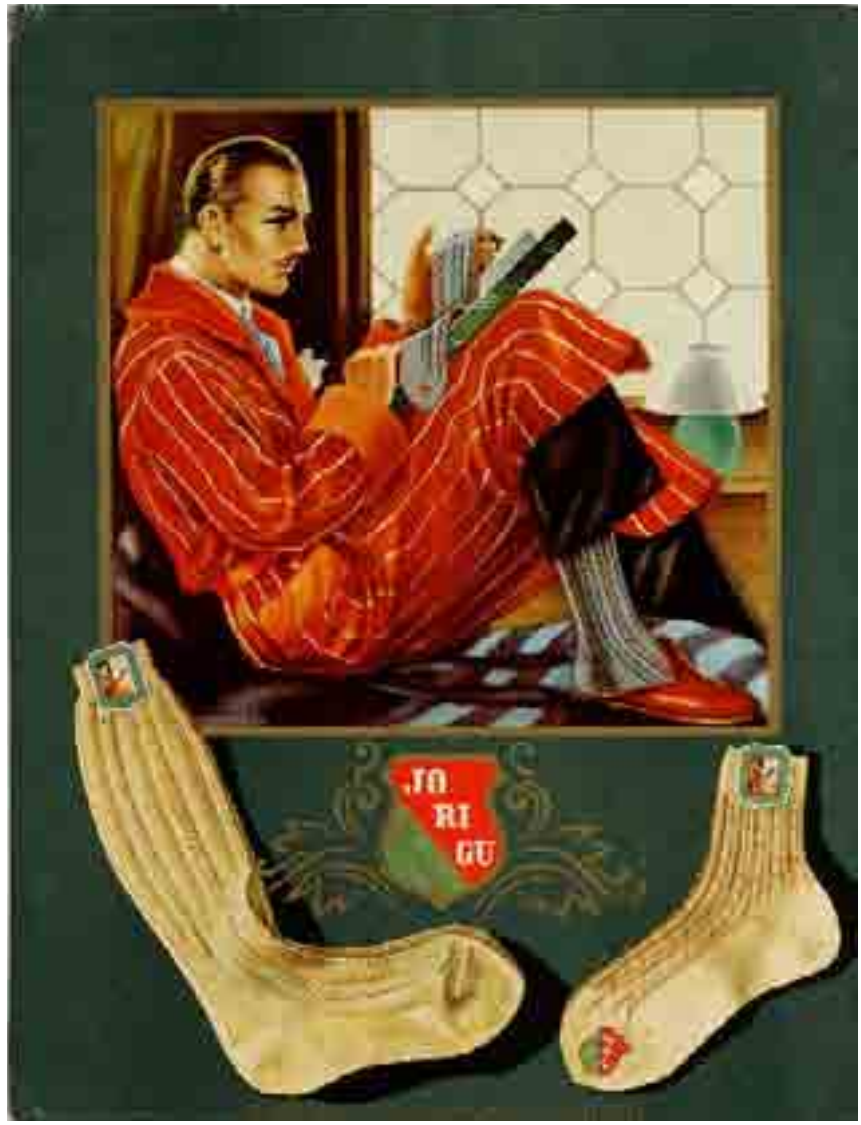
[168]
Consigna de 21 de junio de 1941, AGA (3) 60 21/354.

[169]
Las múltiples consignas sobre este particular pueden verse en el AGA, Alcalá de Henares, *Cultura*, 349, 354, 360, citadas por Justino Sinova, *op. cit.*



D

E



F

D
Semana, 8 de mayo de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Radiocinema, años 50.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Cartel, años 40. 34 x 24,7 cm
Colección Carlos Velasco

A

B

C

A
Haz, Semanario de la Juventud del SEU, abril de 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Haz, junio de 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 28 de febrero de 1947. Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Cartel, años 50. Colección Particular

D

E

F

que la gente asociase a los políticos y funcionarios con una vida muelle[170]. En las galeradas de prensa censuradas que pueden consultarse en el AGA, he comprobado cómo, en efecto, el nombre de Chicote, en relación con cócteles, almuerzos y otros agasajos organizados por diversos organismos estatales, aparece sistemáticamente tachado con el inevitable lápiz rojo, así como todos los comentarios –en noticias sobre inauguraciones, homenajes, actos oficiales, fiestas particulares como bodas y bautizos– relativos a aperitivos, *lunchs*, meriendas, tés de honor, copas de vino español, cenas de gala, etcétera. A veces se suprime la palabra "brindis", o incluso la referencia a un "almuerzo", por ejemplo, tras un acto oficial de unas delegadas de la Sección Femenina. Es como si ninguna personalidad española o extranjera que visitara España comiera. Tampoco se consideraba adecuado que se divirtiesen en exceso. El párrafo que aludía a "una fiesta de ambiente andaluz en la típica hostería de El Laurel, en el moruno barrio de Santa Cruz de Sevilla", en honor de unas jerarquías italianas y alemanas, fue suprimido. Había que ser comedido en las descripciones de las fiestas de la alta sociedad. Al inaugurarse, en mayo de 1942, la lujosa sala de fiestas Pasapoga, en Madrid, muchos párrafos relativos a la "magnificencia de la sala" y la "señorial escalera" fueron dados por buenos por la Censura, pero no así otros

G

H

E
Cartel, años 50. 21,5 X 27,5 cm
Colección Carlos Velasco

F
La Vanguardia Española,
3 de mayo de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Haz, julio de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
La Vanguardia Española,
18 de julio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[170]
Consigna de 9 de mayo de 1940, AGA (3) 60 21/360.

A

B

C

D

A
ABC, 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 31 de enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 13 de enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
La Vanguardia Española, 1944.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E

F

G

que, como éste, fueron eliminados: "Como complemento de tanta fastuosidad y riqueza, los más elegantísimos trajes de noche y las más valiosísimas joyas, lucidas por bellísimas damas, que con su presencia dieron realce a esta memorable inauguración que perdurará en los anales del Madrid aristocrático como fiesta de gran tono"[171].

Las noticias de sociedad que describían con minuciosidad la hechura y tejidos de los elegantes vestidos de las damas fueron habitualmente censuradas. En las bodas, las descripciones detalladas sobre el lujo del traje de la novia, y las alusiones relativas al viaje de novios, fueron tachadas prácticamente siempre por la censura. En las galeradas censuradas aparecen tachados párrafos como "ataviada con un elegante traje de *glacé* y velo de tul", "fue digno de admiración el soberbio equipo de la novia, realizado por la Casa Morfeaux, con bellísimos y valiosos encajes y bordados"[172], "precioso vestido de *lamée* blanco"... Las alusiones a los adornos de las iglesias para la celebración de bodas a veces también se censuraban, por ejemplo, este párrafo: "El templo se hallaba magníficamente adornado con profusión de flores blancas, reposteros y tapices"[173].

No obstante, las revistas especializadas en moda femenina, sobre todo en las secciones de alta costura, contenían un lenguaje que sólo podía ser entendido por las iniciadas, en el que se describían tejidos de seda, raso, satén, bordados, encajes y la maravillosa y sensual "piel de ángel". Valga como ejemplo esta descripción de lencería entresacada de una revista de 1953:

> Entredós finísimos de *guipure*. De corte muy original, este camisón adornado en gasa rosa sobre raso blanco y encajes pequeñísimos de *frivolité*. Muy nupcial resulta este conjunto de cuatro piezas en gasa nylon blanco y un bies de encaje de *Alençon* sobre *crêpe-satin*. Blusa plisada en *glacé* y calado *Richelieu*...[174]

E
Vértice, 37-38, octubre-noviembre de 1940. Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Radiocinema,1 de diciembre de 1946. Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Mujer, febrero de 1942. Hemeroteca Municipal de Madrid

[171]
Véase galerada de prensa censurada de *Arriba* (21 de mayo de 1942), artículo titulado "Anoche se inauguró Pasapoga", AGA (3) 60 21/360.

[172]
Véase galerada de prensa censurada de *Informaciones* (9 de mayo de 1942), AGA (3) 60 21/360.

[173]
Véase galerada de prensa censurada de *Ya* (22 de mayo de 1942), AGA (3) 60 21/360.

[174]
Citado por Lola Gavarrón, *op. cit.*, p. 276.

A
ABC, 30 de enero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 26 de septiembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 21 de enero de 1945.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

D

E

F

G

H

D
Arriba, 6 de mayo de 1942.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
ABC, 18 de enero de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 28 de septiembre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Triunfo, 1950. Hemeroteca Municipal de Madrid

H
ABC, 20 de mayo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

A
Cartel, 1954. 101,5 x 62 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, 1941. 69,5 x 49,5 cm
Colección Carlos Velasco

Así pues, y a pesar de la censura y de las consignas dirigidas a suavizar el flagrante contraste de la vida de los ricos en medio de la general miseria reinante, la publicidad dirigida a las clases pudientes vendía el elitismo aristocrático, alababa el "ambiente refinado" y "selecto", y anunciaba como signos de estatus social muchos productos que estaban sólo al alcance de dicha minoría: peleterías, calzado de lujo, salones de alta costura, joyas, perfumes, restaurantes de postín con la mejor "cocina internacional" y suntuosas salas de fiesta para gente elegante.

Las salas de fiesta para la gente con dinero proliferaron en todas las capitales de provincia. En Barcelona, las más conocidas eran El Cortijo, La Rosaleda, El Trébol y, sobre todo, La Parrilla del Ritz, donde amenizaba las veladas la orquesta del violinista Bernard Hilda, que tocaba una música romántica y bailable de gran éxito, así como el famoso Rigat, en la plaza de Cataluña, donde hoy está el Corte Inglés, "centro predilecto de los estraperlistas para sus negocios y donde las cortesanas se entregaban al galanteador de turno por 100 pesetas"[175]. En Madrid se encontraban el club Riscal, en la calle del marqués de Riscal, el

[175]
Fernando Vizcaíno Casas, *La España de la posguerra...*, ed. cit., p. 127 y 187.

Villa Rosa de Ciudad Lineal, Casablanca, Fontoria, J'Hay, Conga, los Jardines de Abascal y, por supuesto, Pasapoga, al alcance de pocos porque la entrada costaba 15 pesetas por la tarde y 18 por la noche, de ahí que fuese conocido como el "pasa y paga"[176]. *Cabarets*, *music-halls*, salas de fiesta, *boîtes*, *night-clubs*, parrillas... Recibían distintos nombres estos locales nocturnos de diversión, habitualmente lujosos y resplandecientes –mármoles, apliques dorados, estatuas, espejos, arañas en el techo, cortinas aterciopeladas, mucho cristal biselado, barra americana con taburetes de asiento de cuero...–, donde actuaban orquestas y se consumían "combinaciones" o cócteles como el *gin-fizz* o el *porto-flip*: mejunje dulzón a base de oporto, yema de huevo y canela, preparados por algún barman de chaquetilla blanca corta. En muchos de estos sitios se reunían toreros, banqueros, estraperlistas, marqueses, actrices, algún ministro, bellas prostitutas de lujo... Alguna cantante, animadora de orquestina, entonaba boleros[177].

Había, además, multitud de bares y cafés. En Madrid, muchos de ellos se concentraban entre Gran Vía y la Puerta de Alcalá; el más conocido, Chicote, era frecuentado por personajes conocidos, industriales, actrices, militares, ministros... Era el lugar donde se podían adquirir frascos de sulfamidas, el primer fármaco eficaz contra graves infecciones como la neumonía o la meningitis meningócica; algo después, también en Chicote, se pudo comprar la penicilina por la que se pagaban cifras astronómicas pero que en cuestión de horas podía salvar la vida de alguien afecto de un proceso irremediablemente mortal[178].

Hubo en la posguerra, pues, quienes vivieron en una especie de euforia que se tradujo en una exhibición de poderío económico, una oleada de señoritismo, una orgía de ostentación hortera e inmensa cursilería, hombres de esmoquin y mujeres con trajes de noche que celebraban fabulosas fiestas, asistían a banquetes, se divertían en ostentosos locales de moda, acudían a la ópera, al teatro y a otros espectáculos y eran admirados por la gente que se agolpaba a las puertas de estos establecimientos para verles entrar. Particular admiración causó Evita Perón cuando visitó España en junio de 1947 y se supo que llevaba diecinueve baúles llenos de ropa, zapatos y sombreros.

C

D

C
La Vanguardia Española, 1944.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
ABC, 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[176]
Federico Bravo Morata, *Historia de Madrid*, vol. VIII: *La posguerra. 1ª parte, 1939-1942*, Madrid, Trigo, 2001.

[177]
Véase una buena descripción de una sala de fiestas de provincias, en este caso de Albacete, en Antonio Martínez Sarrión, *Infancia y corrupciones (Memorias, I)*, Madrid, Alfaguara, 1993, p. 160.

[178]
Véase Carlos Castilla del Pino, *Pretérito imperfecto*, Barcelona, Tusquets, 1997, p. 290.

A

C

D

B

A
Cartel, 1951. 68 x 52,4 cm
Colección Carlos Velasco

B
La Nueva España (Oviedo),
16 de septiembre de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Mujer, abril de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
La Nueva España (Oviedo), 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

Hemos tratado de mostrar este mundo de la clase alta a través de la publicidad de las lujosas salas de fiesta, muy anunciadas en la prensa, así como de productos caros como perfumes o alta cosmética, en los que aparecen mujeres sofisticadas, vestidas con trajes vaporosos y muchas veces en compañía de un perro afgano y otros signos de elegancia y distinción. Muchas de las imágenes publicitarias para la clase alta tenían como tema la caza, con escenas cinegéticas muy de su gusto. Hemos encontrado también carteles originales de un espectáculo muy frecuentado por las clases altas, donde se dejaban ver como en un acto social más: las carreras de caballos del hipódromo. En 1940 comenzó a funcionar el de Lasarte de San Sebastián, pero más esplendor alcanzaría el de la Zarzuela de Madrid, inaugurado el 4 de mayo de 1941, todo un acontecimiento hasta el punto de que su célebre marquesina ondulada se convirtió en un popular icono de la arquitectura moderna madrileña.

Cámara, 1941.
Hemeroteca Municipal de Madrid

9. La cultura de la evasión y el entretenimiento

El exilio y depuración de intelectuales y profesores, junto con la censura y las prohibiciones, empobreció enormemente la cultura en España. Sin embargo, como nos cuenta Jordi Gracia en el texto que se incluye en este libro, alcanzó gran popularidad y difusión una subcultura carente de preocupaciones políticas e intelectuales y que pretendía simplemente la evasión y el entretenimiento, un tipo de ocio que el régimen promovió en su estrategia desmovilizadora[179].

Así, tuvo enorme expansión en la posguerra la novela barata, de bolsillo, la "novela popular" de aventuras, policíaca, de espionaje e intriga, y también la novela romántica –la llamada "novela rosa", que nada tenían que ver con la dura realidad socioeconómica y política del país y que, precisamente por eso, servían de válvula de escape de las dificultades cotidianas[180]. Algo más tarde, ya en los años cincuenta, tuvieron mucho éxito las colecciones semanales de novelas del Oeste, en la que destacó el prolífico Marcial Lafuente Estefanía.

También los tebeos, y en general la prensa infantil –con sus números semanales, sus extras, sus almanaques anuales...–, irrumpieron con gran fuerza y enorme aceptación con los mismos temas: aventuras, piratas, género negro. Era un heroísmo de consolación frente a la miseria cir-

[179]
Véase Juan Pablo O, "La cultura" en José Luis García Delgado (coord.), S. Juliá, E. Malefakis, S. G. Payne, *Franquismo. El juicio de la historia,* Madrid, Temas de Hoy, 2000, p. 185.

[180]
Destacaron en el género José Mallorquí, Guillermo López Hipkiss y Pedro Víctor Debrigode (que muchas veces firmaba con el seudónimo de Arnaldo Visconti), y autor de novelas rosa como *Amapola y Pimpinela.* Entre 1944 y 1951 Mallorquí escribió 130 novelas de "el Coyote", el héroe justiciero bajo cuyo antifaz se ocultaba un hidalgo mexicano de origen español. Véase VV. AA., *La novela popular en España*, Madrid, Robel, 2000.

A
Las Provincias (Valencia),
7 de noviembre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
La Nueva España,
1 de julio de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
ABC, 20 de febrero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Semana, 30 de noviembre de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid.
En los primeros cuarenta,
la marca española más importante
de aparatos de radio fue "Iberia".

E
La Nueva España,
25 de noviembre de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
ABC, 5 de abril de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B

D

E

A

C

F

G

H

I

G
Semana, 24 de octubre de 1944.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H, I
Semana, 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

cundante[181]. No obstante, y a pesar del ferviente deseo de escapar de los tristes horizontes de la vida cotidiana a través de aventuras en color, en algunos de los tebeos infantiles de posguerra –en cuadernillos de formato habitualmente apaisado– aparece también reflejada –siempre con humor– la realidad social, como ya hemos tenido ocasión de señalar. Por lo demás, el principio de segregación educativa del régimen valía también para la prensa infantil y juvenil. Ninguna niña compraba tebeos de niños ni la revista falangista *Flechas y Pelayos.* Ellas tenían las suyas propias, como la revista *Chicas,* luego *Mis chicas,* en la que a través de cuentos y viñetas se daban consejos de comportamiento social, cocina, labores, higiene... En cada número se proponía un vestidito para una muñeca llamada Mariló y se proporcionaban los patrones e indicaciones para poder confeccionarlos.

Ya en los años cincuenta, el éxito de los tebeos se consolidó con una diversificación de cabeceras

[181]
Los tebeos más populares fueron *Roberto Alcázar y Pedrín*, que desde 1940 publicó la Editora Valenciana; *El guerrero del antifaz,* publicado también en Valencia desde 1944, ambientado en los últimos tiempos de la Reconquista, en el reinado de los Reyes Católicos; y, más tarde, en 1956, el *Capitán Trueno,* una revisión del mito de Santiago Matamoros, creación de Víctor Mora (y dibujos de Ambrós) para Bruguera, que despertará el fervor del público. Las andanzas de este caballero español de la Edad Media fueron las más populares, alcanzando una tirada semanal de 350.000 ejemplares. Eduardo Vañó, el dibujante del héroe Roberto Alcázar, le puso rostro joseantoniano, vestido y peinado según los dictados de la época —corbata, chaqueta, pelo engominado con brillantina...— y apellido que sugería la famosa gesta del Alcázar de Toledo. El lenguaje de Pedrín no dejaba de resultar extraño pues exclamaba "¡ostras!" en vez de "¡hostias!", y decía "toma jarabe de palo" cuando golpeaba la cabeza de algún forajido. Véase Román Gubern, *op. cit.*, p. 71.

A

B

C

A
Cartel, 1950. 35 x 24 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cámara, 1 de noviembre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Cámara, 1 de septiembre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

E

humorísticas y muchos nuevos títulos de historietas en viñetas que alcanzaron gran popularidad.

También en los cincuenta, un fenómeno destacable, por su éxito fulminante y clamoroso, fue el semanario de sucesos *El Caso*. Como vimos, los sucesos estuvieron sistemáticamente censurados en la prensa de los años cuarenta. A comienzos de 1952, el periodista Eugenio Suárez reanudó esa sección en el diario Madrid, donde trabajaba. El éxito fue tal que se animó a crear un semanario de sucesos, que afortunadamente para él fue autorizado y vio la luz el 11 de mayo de 1952. En la víspera de la publicación del número 4 se produjo una tragedia en Madrid. El tranvía que siempre bajaba abarrotado por la pronunciada pendiente que desemboca en el Puente de Toledo se salió de la vía y se estrelló. Murieron varias docenas de pasajeros y hubo gran cantidad de heridos. El pésimo estado de la vía había sido repetidamente denunciado sin que nadie le hubiera puesto remedio. Las fotos y el texto que *El Caso* quiso publicar sobre el descarrilamiento fueron censuradas. A pesar de que se frustró el que hubiera sido un *scoop* periodístico, el semanario pronto alcanzó gran popularidad. La curiosidad acerca de este tipo de hechos, insatisfecha

F

G

D, E
Mujer, 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Años 50. 49,5 x 34,3 cm
Colección Carlos Velasco

G
Años 50. 48 x 35 cm
Colección Carlos Velasco

A

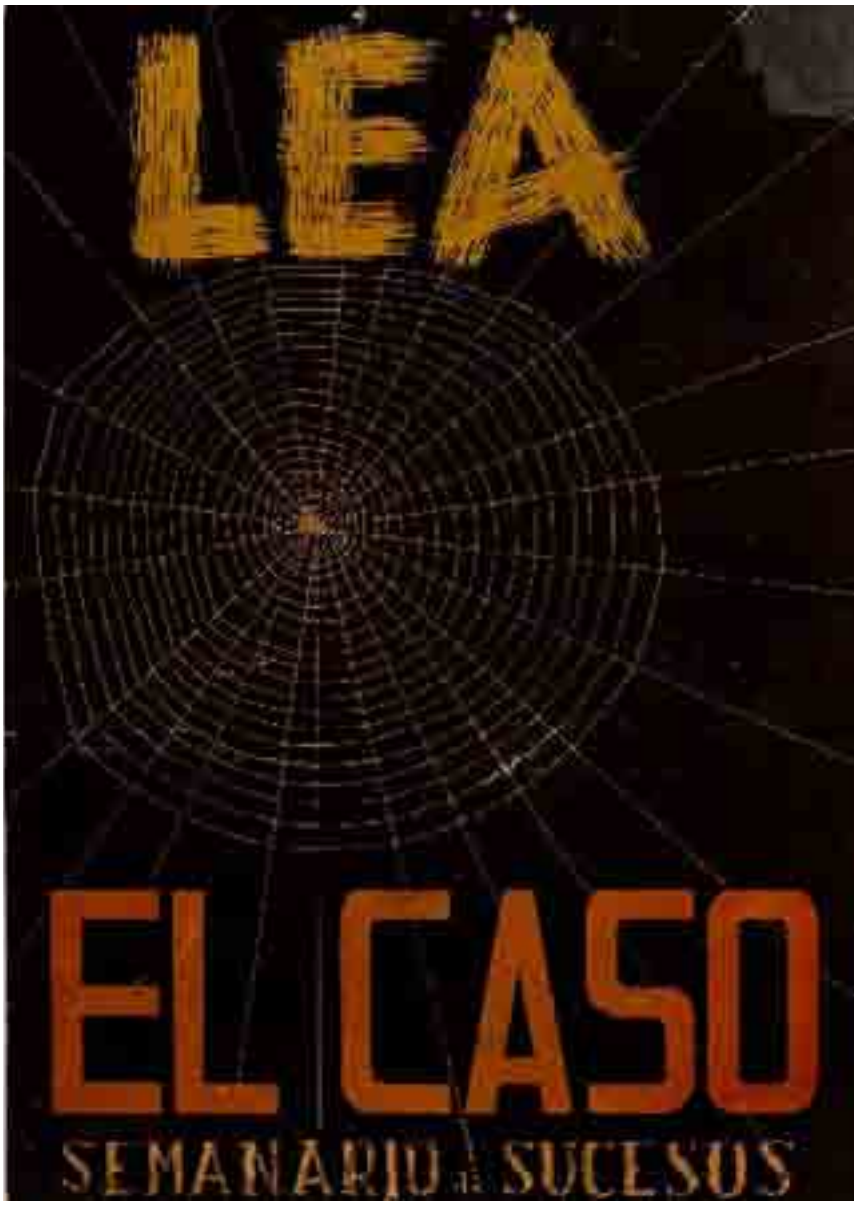
B

C

A
Cartel, Años 50. 49,5 x 34,3 cm
Colección Carlos Velasco

B
ABC, 9 de abril de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española,
27 de julio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid



D

E

desde hacía años, se desbordó y al cabo de un año *El Caso* vendía 200.000 ejemplares, llegando a aldeas y villorrios donde jamás se había vendido antes un periódico. Pero el Ministro de Información, Arias Salgado, recibió presiones pidiendo la suspensión del periódico, que estuvo a punto de desaparecer. Se le permitió publicar sólo dos sucesos de sangre o crímenes violentos por número. Luego la cuota se redujo a un crimen semanal: "Prohibida la coexistencia de dos asesinatos". Todavía a mediados de los cincuenta la dura realidad social no podía reflejarse en la prensa. "Quizá –afirma el que fue director– fuimos una benévola droga que satisfacía la curiosidad natural de la gente. El franquismo debe mucho a *Marca* y *El Caso* por tener medio entretenida y medio entontecida a la opinión pública."[182]

El diario deportivo del Movimiento, *Marca*, fue, en efecto, otro fenómeno de masas. Un pueblo medio analfabeto devoraba cada día 200.000 ejemplares de ese periódico[183]. Al iniciarse la década de los cincuenta, el fútbol era ya el deporte que apasionaba al país, como decía una canción: "Fútbol, fút-

D
Cartel, años 50. 36,2 x 24,5 cm
Colección Carlos Velasco

E
Triunfo, diciembre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

[182]
Eugenio Suárez, *El Caso cerrado*, Madrid, Oberon, 2005, p. 215.

[183]
Rodolfo y Daniel Serrano, *Toda España era una cárcel. Memoria de los*

A

B

D

C

A
Portada de Enrique Herreros de *La Codorniz*, 1 de diciembre de 1946. Hemeroteca Municipal de Madrid

B
La Codorniz, 3 de noviembre de 1946. Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Semana, 1943. Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Hoja de propaganda, años 50. 49 x 34,2 cm
Colección Carlos Velasco

E

F

G

H

E
Hoja de propaganda, años 40.
48 x 31,2 cm
Colección Carlos Velasco

F
La Codorniz, 14 de abril de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cabecera de la revista *Dígame*, 1953.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
El Caso, mayo de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

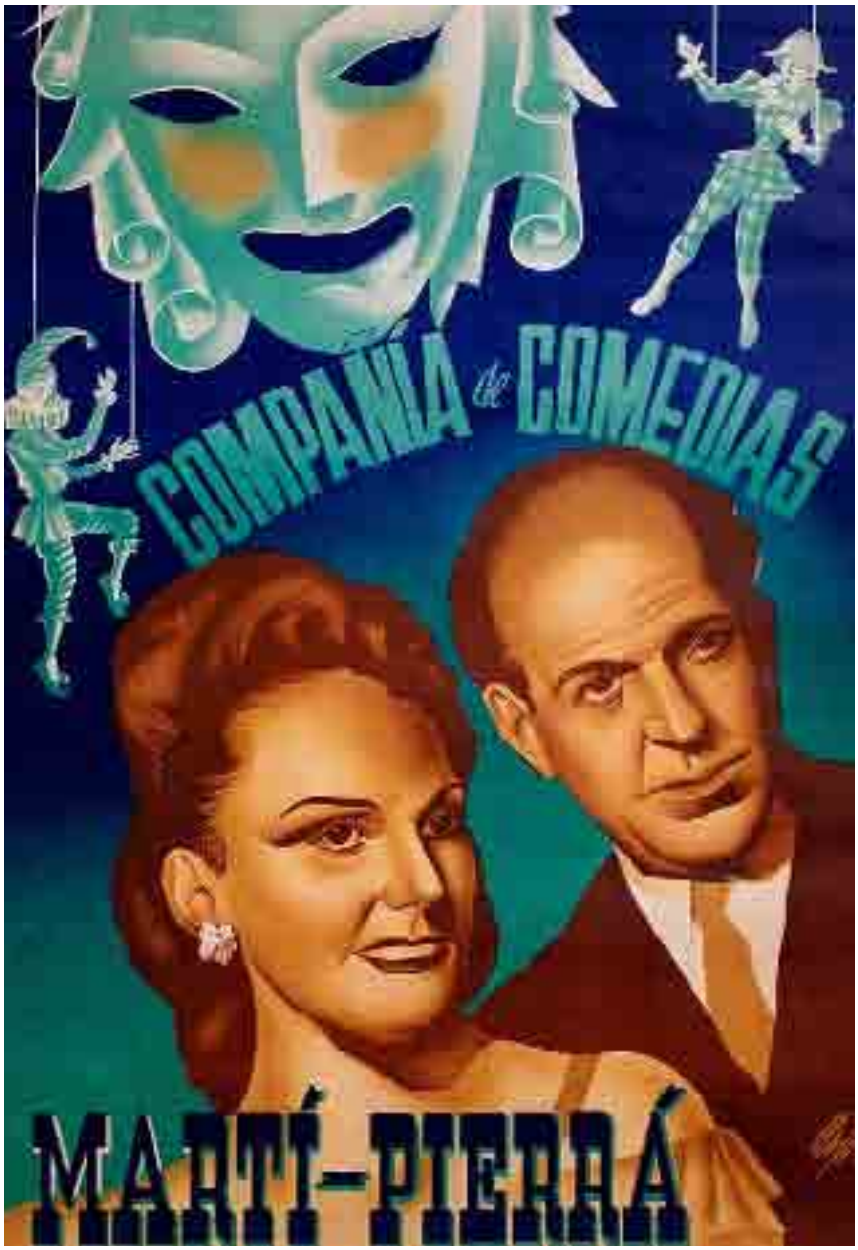
bol, fútbol, en los estadios ruge enardecida la afición. Fútbol, fútbol, fútbol, hoy todo el mundo está pendiente del balón"[184]. Muchos recuerdan aún la alineación de sus equipos, y las caras de los futbolistas que se coleccionaban en álbumes de cromos. Las gargantas enronquecieron con el gol de Zarra contra el equipo británico en 1950, que situó el amor patrio por encima de cualquier bandera. El fútbol fue un buen instrumento para hacer olvidar las estrecheces económicas y la falta de libertades.

Pero probablemente fue la radio "el mejor narcótico para olvidar el horror del inmediato pasado y distraer a la audiencia de la miseria del presente"[185]. La radio fue un poderoso instrumento de propaganda política del régimen, gracias a una estricta censura de todas las emisiones, incluidas las guías comerciales, y al monopolio informativo de Radio Nacional de España, creada en 1939, con la que obligatoriamente debían conectar todas las emisoras para difundir el parte o "diario hablado". Pero la radio fue también, y sobre todo, la evasión y el

presos del franquismo, Madrid, Aguilar, 2002. Véase Duncan Shaw, *Fútbol y franquismo*. Madrid, Alianza, 1987.

[184]
Manuel Vázquez Montalbán, *op. cit.*, p. 83.

[185]
Armand Balsebre, *op. cit.*, p. 9. Véase también Lorenzo Díaz, *La radio en España, 1923-1995*, Madrid, Alianza, 1995



A

B

C

A
Cartel, años 40. 99,5 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

B
Dígame, 28 de octubre de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Hoja de promoción, 1943.
34,8 x 24,8 cm
Colección Carlos Velasco

PARA GUASEARSE, DIVERTIRSE

y chasquear a los amigos; pida "Colección de bromas y chascos". Mande 2 pesetas a Editorial Perfección. Apartado 1299. — BARCELONA

D

E

EL SABADO DE GLORIA
Tarde y noche
GRANDIOSO ESTRENO
Risa, Risa, Risa
El sainete lírico
«LOS BRILLANTES»
de Antonio Quintero, Adolfo Torrado y MAESTRO GUERRERO

Se admiten encargos
TEATRO COMICO
El Palacio de la Alegría

Conchita Leonardo
Carolina Castillejos
Carmen Ruiz
Amparo Bori
Ignacio León
Pepe Viñas
Antonio Medio

250 representaciones en la ESPAÑA LIBERADA

F

G

D
Semana, 521, 14 de febrero de 1950. Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Cartel, 1957. 49,7 x 34,7 cm
Colección Carlos Velasco

F
La Vanguardia Española, 5 de abril de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

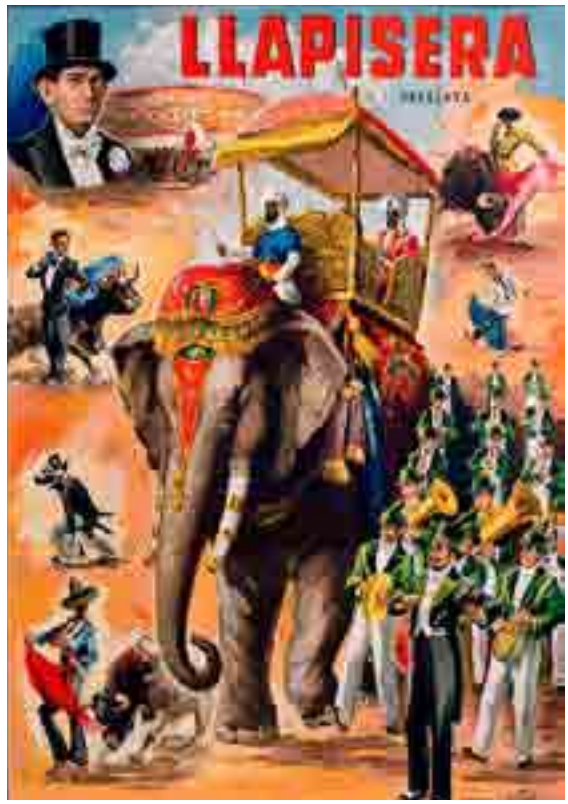
G
La Codorniz, 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Cartel, años 50. 112 x 84 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel anunciando un espectáculo de Rafael Dutrús, "Llapisera", el más célebre torero cómico, primeros años 50. 111 x 82,5 cm
Colección Carlos Velasco

C
Dígame, 20 de agosto de 1953.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

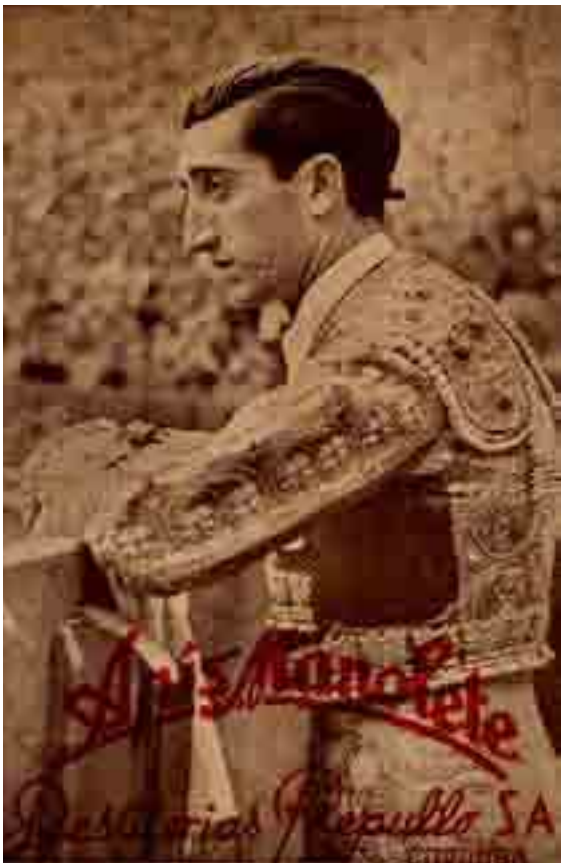


B

OTRA VEZ SE CONSAGRA
EL EMPASTRE
ESTE NUEVO ÉXITO QUE
EL EMPASTRE
EL EMPASTRE

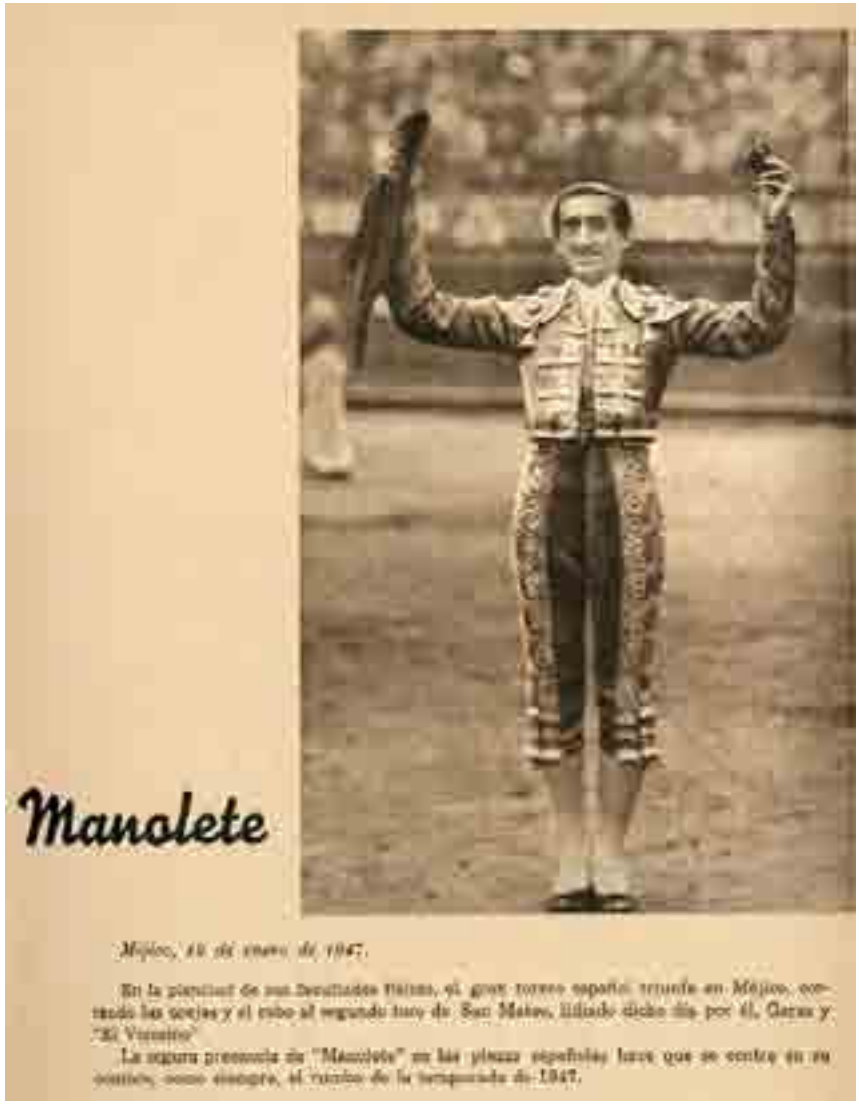
C

entretenimiento más socorrido, un aliciente que se negaba por otras vías. La radio, mucho más que la prensa, forma parte fundamental de la memoria sentimental de los españoles que crecieron y vivieron bajo el régimen franquista. Cualquiera de esos españoles recuerda hasta qué punto la vida, aún más en los pueblos que en las ciudades, giraba alrededor de la radio. En una España deprimida, los programas radiofónicos para todos los sectores del público –los seriales y concursos, las retransmisiones deportivas y la música radiada– llenaron unas vidas sin horizontes. Había espacios infantiles, concursos con premios, juegos, recitales de poesía... Era también una costumbre muy extendida dedicar discos o canciones como prueba de amor para el novio, la novia o la madre de aquellos que no podían pagarse el lujo de comprar un obsequio. Niños y mayores se sabían los programas de cada día y es peraban algunos de ellos con verdadera ilusión: *Pototo y Boliche,* con don Poeto Primavera, que después sería el genial Tip; el concurso *Doble o nada*; la *Hora del oyente*... Y, por la mañana, los programas sentimentales como Ama Rosa, con mucha



D

F



E

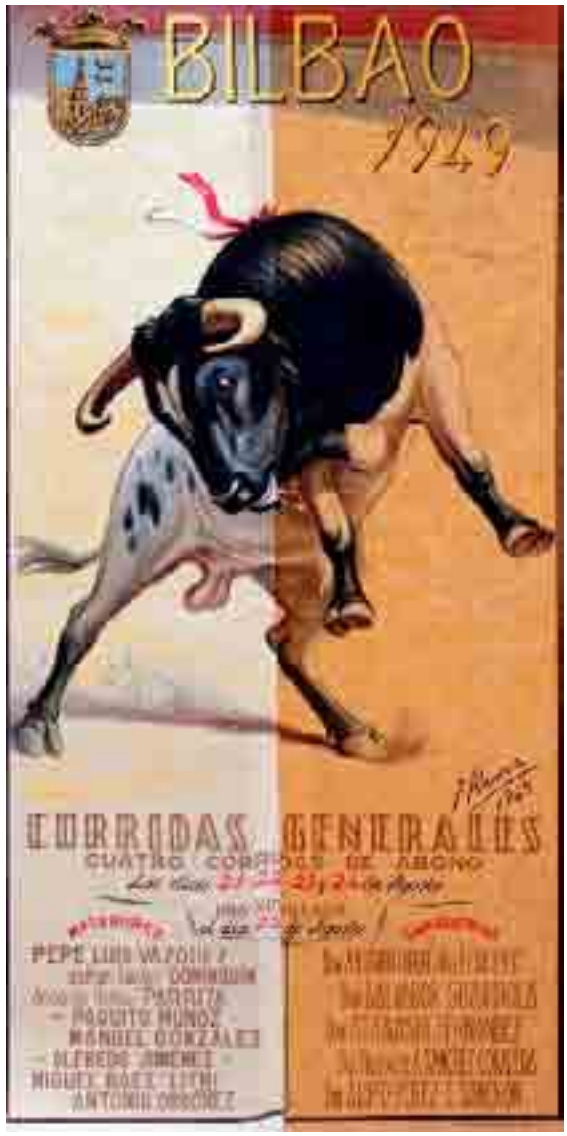
D
Hoja de propaganda, años 40.
Colección Carlos Velasco

E
ABC, 20 de enero de 1947.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Fotos, 1946. Hemeroteca
Municipal de Madrid

A
Cartel taurino, 1949. 45 x 26 cm
Colección Carlos Velasco

B
Semana, 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid



A

publicidad radiada. Los reyes de los lacrimógenos seriales radiofónicos fueron Guillermo Sautier Casaseca, en Madrid, y Antonio Losada, en Barcelona. Las "estrellas" de la radio figuraban entre los personajes más populares. Las madres y los hijos se pegaban al receptor al caer la tarde para escuchar los capítulos diarios de sus folletines. En las espesas e interminables tardes de domingo, la radio fue para muchos la distracción favorita.

Durante las dos décadas a las que nos venimos refiriendo, el país vivió con un fondo musical, anverso melódico de un reverso patético. El cancionero de aquella época fue el contrapeso lírico y sentimental de las privaciones de la vida cotidiana, como si la gente hubiera hecho suyo el aserto popular de "quien canta, la pena espanta". Todos oían y tarareaban las melodías de Machín, Jorge Sepúlveda... Se puso de moda la canción mexicana, las canciones de Jorge Negrete y de Irma Vila y de los mariachis. El papel de la radio como divulgadora musical fue importantísimo en unos tiempos en que sólo unos cuantos privilegiados tenían gramolas con sus frágiles discos de baquelita. La radio servía para todo, hasta para radiar películas de cine, con el locutor en la sala de proyección, o bien convertir las películas en seriales radiofónicos (se emitió, por ejemplo, *Lo que el viento se llevó* o *Casablanca)*. Se creó así un género artístico nuevo: la voz en off sin imagen.

Otra actividad cultural asequible para la empobrecida economía popular fue el cine. Se iba mucho al cine, sobre todo la tarde de los domingos, a las salas de reestreno de los cines de barrio con programas dobles –dos películas y variedades musicales al final– por 2, 3 ó 4 pesetas. Los cines de estreno, en las zonas céntricas de las ciudades, eran más caros. En contraste con las gélidas temperaturas de las casas modestas en invierno, en las

B

C

D

Solemnidad Patriótico-Deportiva

MAÑANA JUEVES, DIA 29, FESTIVIDAD DE SAN PEDRO, A LAS 5

REAPERTURA DEL CAMPO DE LAS CORTS

con asistencia de las dignísimas autoridades, presididas por el excelentísimo señor general jefe de la 5.ª región

ATHLETIC CLUB DE BILBAO

CONTRA

FUTBOL CLUB BARCELONA

Entrada, 3 pesetas. Tribuna, 6. Preferencia, 3. Gol y lateral, 2. Todos los impuestos comprendidos.

Para villaraje, en las oficinas del F. C. Barcelona, Ronda de San Pedro, número 2, primero.

A los señores abonados se les reservará la misma localidad, que pueden recoger en el local del Club hasta hoy miércoles, al mediodía.

E

C
Cartoncillo, 1940. 36,5 x 72 cm
Colección Carlos Velasco

D
Solicitud de autorización para edición de álbum de futbolistas para la editorial Bruguera.
AGA (3), 48 – 21/64

E
La Vanguardia Española, 28 de junio de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Fotos, 18 de marzo de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Triunfo, noviembre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Semana, 5 de diciembre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

C

salas de cine las gentes podían pasar unas horas calentitas y olvidarse de todo, con un cartucho de castañas a modo de cena. Desde primera hora de la tarde, los cines se llenaban de muchas personas que querían olvidar y refugiarse un rato en las historias de sus ídolos cinematográficos.

El régimen franquista dedicó una atención especial al cine favoreciendo la producción española[186]. Pero el cine propagandístico épico-militar y de exaltación de la raza hispana de los primeros tiempos no caló. Con el triunfo aliado de 1945 y la necesidad de arrumbar los signos más claramente fascistas, el régimen optó por respaldar el drama histórico-imperial, al que ya nos hemos referido, así como la comedia ligera, amable e inocua, el folclorismo costumbrista andaluz, el casticismo madrileño, los temas taurinos, películas de esquemas muy simples y plagadas de tópicos. Director experto en este género de tonadilleras, basado en el éxito de la canción española y en la popularidad de sus intérpretes, fue Benito Perojo. Su *Goyescas*, protagonizada por Imperio Argentina, de la que un cartel, recibió una mención especial en el Festival de Venecia de 1942. El cine religioso fue también muy explotado, así como el melodrama moralizante. El estrepitoso éxito de *Marcelino Pan y Vino* en 1954 puso de moda las películas con niño. Alcanzó asimismo considerable éxito el primer largometraje de animación hecho en España, *Garbancito de la Mancha*, dirigido por Arturo Moreno, gran admirador de Walt Disney, y basado en un cuento de Julián Pemartín, destacado falangista, autor de biografías de José Antonio e historias de la Falange. Con un alto presupuesto, tardó dos años en realizarse en un estudio de Barcelona, y por fin se estrenó en 1945. Mostramos (p. 227) el cartel de esta película, que fue declarada de interés nacional.

Llevaba razón el entonces joven director Juan Antonio Bardem cuando, en 1955, aseguró que el cine español era "políticamente ineficaz, socialmente falso, intelectualmente ínfimo, estéticamente nulo, e industrialmente raquítico"[187]. Sin duda ésa era la tónica general, si bien ya en los años cincuenta habían surgido nuevos directores, como el

[186]
Véase Joseph M. Caparrós, *El cine bajo el régimen de Franco*, Barcelona, Euba, 1983. Véase también, Doménech Font, "El cine español durante la autarquía", en Antonio Bonet Correa, *op. cit.*

[187]
Véase Juan Pablo Fusi, *op. cit.* Véase también VV. AA., El cine español desde Salamanca (1955/1995), Salamanca, Junta de Castilla y León, 1995.

D

E

F

G

D
Dígame, 1952. Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Cámara, 1941. Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Dígame, 25 de marzo de 1952. Hemeroteca Municipal de Madrid

G
ABC, 5 de noviembre de 1939. Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

A
Cámara, 15 de octubre de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 8 de octubre de 1939.
Hemeroteca Municipal de Madrid

propio Bardem o Luis García Berlanga, cuyas películas tenían mucha mayor amplitud de miras[188]. Mención especial merece *Surcos* (1951), del falangista José Antonio Nieves Conde, que mostraba una imagen de España (estraperlo, corrupción, paro, miseria, prostitución...) que resultaba entonces escandalosa por su agudo contraste con el discurso oficial. Si Franco la aprobó tras su pase privado en el Pardo fue, probablemente, porque predicaba la huida de la ciudad corruptora y el retorno al idealizado campo español.

Pero lo cierto, a juzgar por todos los testimonios de quienes vivieron aquellos años, es que al público no le gustaba el cine español; muchos eran los que arrugaban la nariz y decían "ésa es

[188]
Recuérdense películas como *Esa pareja feliz* (1951), *Bienvenido, Mister Marshall* (1953), *Muerte de un ciclista* (1955), *Calle Mayor* (1956), *Calabuch* (1956) o *Los jueves, milagro* (1957).

C

E

F

EL CINE BUSCA A UN NIÑO

Para interpretar la película «MARCELINO, PAN Y VINO», Producciones CHAMARTIN busca un niño español de unos 5 seis años de edad. Los interesados deberán presentarse en las oficinas de dicha productora en Madrid, avenida de José Antonio, número [illegible], a partir del próximo martes día 24, desde las nueve de la mañana.

D

C
Cartel, 1945. 98 x 69 cm
Colección Carlos Velasco.
Primer largometraje de animación español, con guión del falangista Julián Pemartín, declarado "de interés nacional".

D
Informaciones,
23 de agosto de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Radiocinema, 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Informaciones,
6 de septiembre de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Dígame, 22 de diciembre de 1953. Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Informaciones, 4 de septiembre de 1954. Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Radiocinema, 1952. Hemeroteca Municipal de Madrid

A

B

español" o "es una españolada"[189]. La ramplonería moralizante con "militares, curas, gitanas o héroes del pasado que olían a guardarropía"[190] no acababa de convencer. Lo que verdaderamente entusiasmaba era el cine norteamericano, las grandes producciones llegadas de Hollywood[191]. A los espectadores les atraía poderosamente el magnetismo que irradiaban las estrellas americanas, de cuya vida estaban al tanto por las muchas revistas de cine existentes: *Cámara, Primer Plano, Radiocinema, Fotogramas, Triunfo, Revista Cinematográfica Española, Cine Mundo, Revista Internacional de Cine*...

Entre las películas americanas que más gustaban estaban las comedias de los hermanos Marx o El Gordo y el Flaco. El humor se convirtió en la posguerra en una catarsis, una terapia individual y colectiva. En ocasiones era un humor crudo, estrechamente vinculado a la tragedia[192]. Todo lo que incitase a la risa, aunque fuera humor negro, era bienvenido. Las páginas de espectáculos de los periódicos están llenas de invitaciones a la risa; hemos comprobado que con frecuencia esta palabra se repite hasta tres veces, para que no quepa duda de que la diversión está asegurada: "risa, risa, risa", se puede leer en muchos anuncios de obras de

C

[189]
Véase Manuel Vázquez Montalbán, *op. cit.*, p. 75.

[190]
Román Gubern, *op. cit.*, p. 61.

[191]
Si el cine español difundía las esencias de la Cruzada, fiel reflejo de la mentalidad de los vencedores, el cine extranjero se sometió a una rígida censura obligando al doblaje de todas las cintas, eficaz instrumento para controlar y censurar su contenido. Véase Román Gubern y Doménech Font, *op. cit.*

[192]
Véase Iván Tubau, *De Tono a Perich. El chiste gráfico en la prensa española de posguerra*, Madrid, Fundación Juan March, 1973.

D

E

D
Solicitud de autorización para edición de álbum de estrellas del cine americano para la editorial Bruguera. AGA, (3), 48 – 21/64.

E
Semana, 23 de diciembre de 1947. Hemeroteca Municipal de Madrid. *Gilda*, estrenada el 22 de diciembre de 1947, arrasó en taquilla y trajo el escándalo. Desde los púlpitos se amenazó con la excomunión a quien fuese a verla.

teatro, películas, espectáculos circenses, de toreo cómico, etcétera.

En el teatro triunfaron las comedias de enredo, el humor absurdo y disparatado de Mihura, Tono, Poncela o Fernández Flórez, cuyo único propósito era divertir al público y hacerle olvidar las penas que tenían en casa. Carlos Arniches fue uno de los comediógrafos más representados y queridos de los espectadores. Era un teatro de evasión, escapista, que sobre todo pretendía hacer reír. Eran obras donde no pasaba nada que tuviera relación con la vida real, pero respondían a un deseo muy auténtico del público de olvidar el hambre y las humillaciones. La comedia musical y los espectáculos de variedades o de revista tuvieron también mucho éxito. En ellas se lucían las cantantes de copla como Concha Piquer, Juanita Reina, Lola Flores... y, en versión masculina, Pepe Marchena, Manolo Caracol o Juanito Valderrama.

Muy popular fue también el semanario humorístico *La Codorniz*, dirigido por Miguel Mihura, que publicó su primer número el 8 de junio de 1941. Con Mihura como director, entre 1941

A

A
Boceto de cartel de la película "De isla en isla" para el cine Capitol, con Marlene Dietrich como mujer fatal, 1940. AGA, (3), 48 – 21/64.

B
La Nueva España (Oviedo), 19 de septiembre de 1951. Hemeroteca Municipal de Madrid. *Lo que el viento se llevó*, una película de 1939, no se pudo ver en España hasta 1951.

B

y 1944, su humor disparatado fue amable, inocente, ingenuo, bienintencionado, nada hiriente. Luego, con Álvaro de Laiglesia, se volvió más crítico dentro de lo poco que permitía la censura. En la sección titulada "¡NO! ¡Crítica de la vida!", se denunciaban en tono de chanza las costumbres españolas, y sufrió varias suspensiones por parte de la censura. Una de ellas se produjo tras el éxito de la película *Gilda* al publicar: "La pierna derecha de Rita Hayworth está asegurada en cien mil dólares. La pierna izquierda de Rita Hayworth está asegurada en cien mil dólares. Entre las dos piernas, Rita Haywoth tiene un tesoro"[193]. En los años cincuenta, Rafael Azcona introdujo a un personaje muy popular, un niño sabiondo y repipi, el "repelente niño Vicente". Leer *La Codorniz*, recuerda Carmen Martín Gaite, era lo más moderno que había[194], y supuso una bocanada de aire fresco.

Siguiendo con el humor, el circo fue otro de los espectáculos preferidos por un público necesitado de risa y diversión. En las plazas de toros tuvieron asimismo enorme aceptación los espectáculos cómico-taurinos, de los que hemos encontrado multitud de carteles anunciadores. Especial éxito alcanzó Llapisera –Rafael Dutrús–, famoso torero cómico valenciano que se especializó en un toreo bufo acompañado de bandas musicales y payasos cuyas parodias y caricaturas hacían las delicias del público. "Hilaridad en los graderíos", "desbordante comicidad", rezaban los anuncios de estos espectáculos.

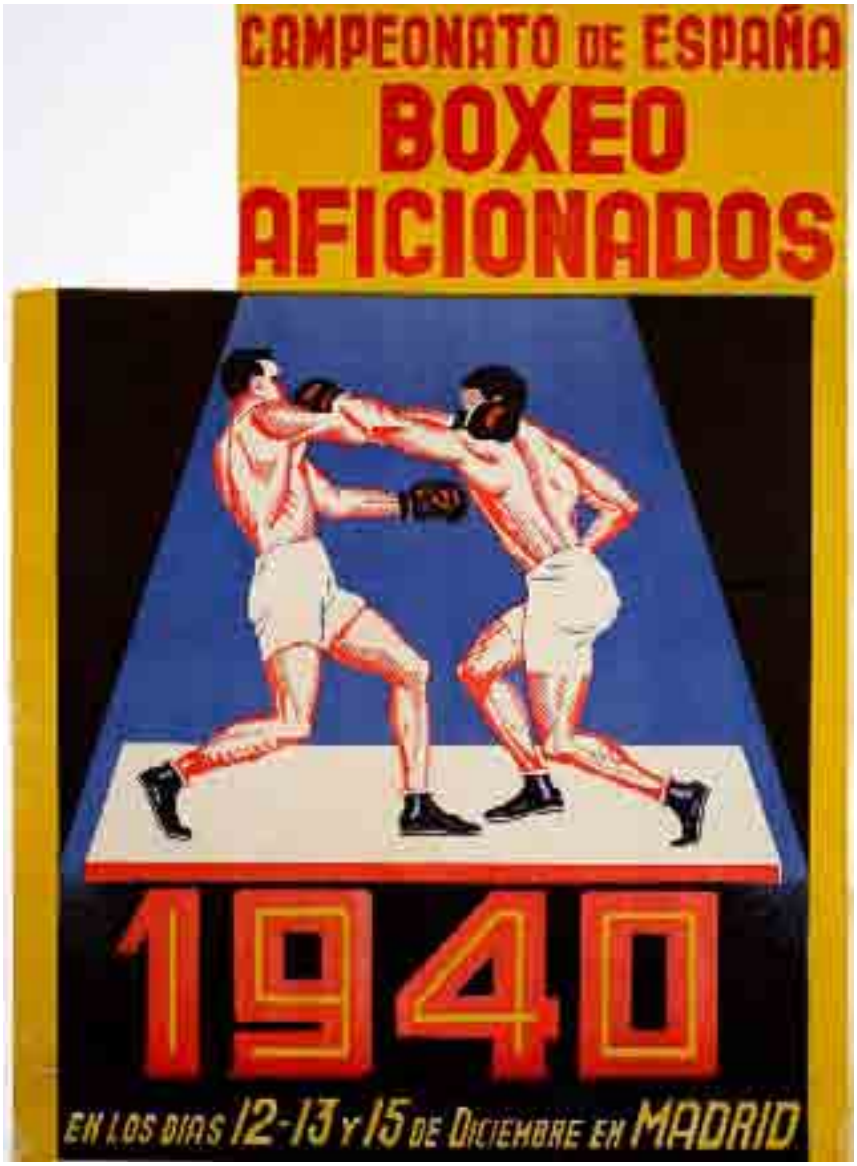
Y, por supuesto, la fiesta nacional por excelencia, la fiesta de los toros, fue un espectáculo popular y masivo, muy bien visto por un régimen ultrana-

[193]
Román Gubern, *op. cit.*, p. 72.

[194]
Martín Gaite, *op. cit.*, p. 77.

C

D



E

C
Informaciones,
30 de agosto de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Dígame, 1953.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Cartel, 1940.
Colección Carlos Velasco.
El público fue muy aficionado al pugilismo en la posguerra, en la que surgió toda una generación de boxeadores.

A

B

A
Dígame, 1953.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Dígame, 1953.
Hemeroteca Municipal de Madrid.
En la posguerra fueron muy populares los mariachis y la canción mexicana, con artistas como Jorge Negrete o Irma Vila.

C
Cartel, años 50. 196,5 x 68,7 cm
Colección Carlos Velasco.
Los espectáculos del profesor Alba, famoso hipnotizador y "sugestionador", tuvieron gran éxito en toda España.

cionalista como el franquismo. Pepe Luis Vázquez, Domingo Ortega, Manuel Rodríguez "Manolete", el mexicano Arruza o el nuevo astro español Luis Miguel Dominguín alcanzarían especial proyección. Manolete, en concreto, fue un fenómeno sociológico en la España de la posguerra. Su muerte tras una cogida por un toro de la ganadería de Miura en la plaza de Linares, a finales de agosto de 1947, fue el suceso más intensamente vivido por todo el país desde el final de la guerra civil.

C

Cartel, 1961. 64 x 43,2 cm
Colección Carlos Velasco

10. La apertura al exterior: americanización de la publicidad e inicios de la sociedad de consumo

El aislamiento internacional del régimen franquista al final de la segunda guerra mundial duró poco gracias a una circunstancia extraordinariamente favorable para Franco: la "guerra fría", que cambió la perspectiva de Estados Unidos con respecto a España. En la política de contención del comunismo diseñada por el presidente norteamericano Truman, encajaba muy bien el anticomunismo de Franco, el cual aprovechó para definirse como "el centinela de Occidente". Aunque España quedó en 1948 al margen del Plan Marshall de ayuda norteamericana para la reconstrucción de la Europa democrática, comenzó entonces un acercamiento hispano-norteamericano cuyo objetivo último era incluir a España en el grupo de los aliados de Estados Unidos en su política de defensa occidental frente al bloque soviético. En 1951, un primer crédito de la banca norteamericana permitió realizar algunas importaciones muy necesarias. A partir de ese momento, la economía española se fue abriendo, sobre todo al mercado norteamericano.

La negociación hispano-norteamericana culminó en los acuerdos bilaterales de 1953 por los que España permitía a los Estados Unidos la utilización de bases militares en Torrejón, Zaragoza, Morón y Rota, a cambio de una sustancial ayuda económica. Antes de este acuerdo, sin embargo, Franco consiguió otro gran éxito diplomático al firmar el concordato con la Santa Sede. A partir de 1950 España comenzó su incorporación a los distintos organismos internacionales, y en 1955 fue admitida como miembro de la ONU. Cuando, en diciembre de 1959, el presidente norteamericano Eisenhower visitó oficialmente a Franco, España era ya miembro de pleno derecho de la comunidad internacional.

La década de los cincuenta, definida por los historiadores como "década bisagra", fue un periodo de normalización en muchos sentidos. España consiguió por fin salir de su postración económica y superar las condiciones de extrema penuria de los años cuarenta, uno de cuyos sím-

A
La Nueva España (Oviedo),
18 de septiembre de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Cartel, años 50. 50 x 70 cm
Colección Carlos Velasco

C
Semana, 18 de julio de 1950.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Arte Comercial, 1949.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
La Nueva España (Oviedo),
8 de mayo de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

C

D

B

E

F
Placa, 35 x 49 cm
Colección Carlos Velasco.
En los años 50 se popularizan los polvos de cacao soluble, como éste, originario de EE UU, luego fabricado en Venezuela.

G
La Nueva España (Oviedo), 18 de septiembre de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

H
Hoja de propaganda, 1951.
Colección particular

F

G

H

A

B

C

A
Cartoncillo, años 50. 30 x 22 cm
Colección Carlos Velasco

B
Calendario, 1951. 44 x 30,5 cm
Colección Carlos Velasco

C
La Vanguardia Española,
23 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

E

F

bolos –la cartilla de racionamiento– se suprimió en 1952. Por otro lado, en lo político, el régimen franquista se afianzó y logró consolidarse plenamente. La ley de Sucesión de 1947, aprobada en referéndum, afirmó la naturaleza permanente del poder personal de Franco, que sería el encargado de designar, aunque sin urgencias, a quien habría de sucederle.

Al tiempo que la España de Franco se convertía en fiel aliada de los Estados Unidos, el régimen franquista abandonó la anacrónica retórica autárquica, que tan pésimos resultados había dado, y comenzó una incipiente liberalización de la economía y una paulatina apertura del comercio exterior, lo que produjo cambios que enseguida se notaron en la publicidad. Comenzaron a anunciarse muchos productos nuevos, así como otros que habían estado ausentes durante una larga década de penuria y escasez, con frases como “ha vuelto”, “vuelve al mercado español” o “nuevo en España”, “¡ya se

D
Lecturas, 359, septiembre de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
La Nueva España (Oviedo),
8 de mayo de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Destino, 21 de junio de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
La Vanguardia Española,
6 de abril de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
La Nueva España (Oviedo),
24 de junio de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Vanguardia Española,
12 de octubre de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
La Nueva España (Oviedo),
30 de junio de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

vende en España!". Desaparecieron de los anuncios –y del discurso oficial– los lemas sobre las maravillas del "producto nacional", "netamente español", y sobre la conveniencia de no importar productos extranjeros. Ahora, los productos extranjeros, y sobre todo los norteamericanos, se pusieron de moda. Chicles, cigarrillos rubios Chester o Pall Mall, tubos fluorescentes, abrillantadores para coches, salsa de tomate a la americana (*catsup*)... se vendían con eslóganes del tipo "¡Como en América!", "igual que los americanos"... Poco a poco fueron entrando las multinacionales norteamericanas con sus productos característicos: Coca-Cola, Winston, Marlboro... Todo lo que procedía de Estados Unidos comenzó a anunciarse como

B

C

D

E

F

lo mejor, lo más interesante, lo más moderno e innovador. Si en los primeros años cuarenta los nombres publicitarios por excelencia habían sido Imperio, Triunfal o Invicto, ahora serán La Americana, América, Manhattan, Washington, etcétera. Madrid y otras ciudades se llenaron de cafeterías con nombres de estados de la Unión –California, Nebraska, Nevada...–, servidas por camareras y donde se podía comer en la barra un "plato combinado". Proliferaron también las academias y los cursos por correspondencia para aprender inglés. Los nombres en inglés sonaban ahora muy bien:

> Un español que se llamaba Alfredo Manzanares se convirtió en un novelista popular bajo el seudónimo de Alf Manz. Le bastó especializarse en novelas del FBI, baratas novelas llenas de económicas emociones. FBI, Servicio Secreto, CIA, componían el tríptico temático de la trastienda épica de la historia de la guerra fría[195].

También tuvieron mucho éxito las novelas del Far West, del oeste americano.

La apertura de la sociedad española a nuevos productos y costumbres venidos de fuera fue muy visible en la publicidad. También lo fue la diversificación de productos en el mercado, lo que da idea del aumento del nivel de vida de los españoles. La población fue mejorando paulatinamente su poder adquisitivo y generó una fuerte demanda de bienes de consumo, después de tanto tiempo

Para Reyes
acabamos de recibir

PRECIOS REBAJADOS EN MUCHOS ARTICULOS HASTA EL DIA DE REYES.

La Americana

G

E
La Vanguardia Española, 10 de octubre de 1956. Hemeroteca Municipal de Madrid

F
La Vanguardia Española, 6 de octubre de 1956. Hemeroteca Municipal de Madrid

G
La Nueva España (Oviedo), 1 de enero de 1951. Hemeroteca Municipal de Madrid

[195] Manuel Vázquez Montalbán, *op. cit.*, p. 120.

A

B

C

A
La Vanguardia Española,
9 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
La Vanguardia Española,
18 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Las Provincias (Valencia),
25 de noviembre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

privada de ellos. En la última página de *TBO*, cuyas historietas tanto gustaban a niños y mayores, las tribulaciones de la familia Ulises eran un perspicaz relato de las ambiciones y frustraciones de una familia de la pequeña burguesía con aspiraciones de ascenso social. La odisea de este Ulises, más prosaica que la del héroe homérico pero no menos esforzada, era la de sacar adelante a su familia en unos años que son también los que abarca este libro, desde los más duros del hambre y el estraperlo, en que a lo sumo podían permitirse una decorosa supervivencia, hasta unos tiempos, ya en los años cincuenta, de mayor bonanza económica en que esta familia, como la mayoría de los españoles, logró ascender poco a poco de estatus social y permitirse cierto nivel de consumo, por ejemplo, en equipamiento de electrodomésticos para el hogar.

Durante mucho tiempo, a lo largo de los años cuarenta, los hogares españoles estuvieron prácticamente desprovistos de equipamiento doméstico, excepto la máquina de coser, para la autoproducción familiar, y la radio, por su gran funcionalidad en relación con su precio. Sólo a lo largo de los

D

E

F

D
Las Provincias (Valencia),
15 de noviembre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Destino, 6 de abril de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid.

F
Cartel, años 50. 49,5 x 34 cm
Colección Carlos Velasco

A
Destino, 26 de julio de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Destino, 5 de mayo de 1951.
Colección particular

A

B

años cincuenta empezó a extenderse lentamente el uso de nuevos aparatos domésticos, que la publicidad presentaba como la panacea de la felicidad y la realización personal. Las páginas de los periódicos se llenaron de anuncios de electrodomésticos como el molinillo eléctrico, la batidora, la olla a presión, la plancha eléctrica, la aspiradora, y sobre todo de la llamada "línea blanca" –frigoríficos y lavadoras...–, que iniciaron su ofensiva en el mercado. Son múltiples las marcas de neveras que se anuncian y que ya no son sólo, como en los años cuarenta, simples fresqueras o armarios donde se metía la barra de hielo. Las modernas lavadoras tampoco son ya aquel cilindro rudimentario con un agitador que daba vueltas.

Todas estas novedades se anuncian asociadas al progreso y la modernidad. Y también a la comodidad y a la sencillez de su uso. Los mensajes publicitarios de estos nuevos aparatos aludían a la gran ayuda que iban a suponer para el ama de casa, a la rapidez y facilidad con que la mujer iba a poder realizar las faenas domésticas ahorrándose un tiempo que podía destinar a ocuparse de ella misma, a arreglarse o disfrutar del ocio. Comodidad, rapidez y facilidad son valores en alza, son los signos de los nuevos tiempos.

Los nuevos productos de consumo se convirtieron para muchos en objetos de culto y adoración[196], y su afán por poseerlos les llevó a recurrir masivamente a la compra a plazos, que se disparó, y a entramparse en interminables horas extras para poder pagarlos[197]. La publicidad de las marcas comerciales en la radio a través del patro-

[196]
Luis Enrique Alonso y Fernando Conde, *op. cit.*, p. 216.

[197]
Agustín Sánchez Vidal, *op. cit.*, pp. 300-301.

C

D

E

C
Cartel, años 50. 54,5 x 39,5 cm
Colección Carlos Velasco

D
Las Provincias (Valencia),
8 de noviembre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
Las Provincias (Valencia),
noviembre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A
Cartel, 1953. 69,5 x 47,8 cm
Colección Carlos Velasco

B
La Vanguardia Española,
25 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Ya, 14 de mayo de 1955.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Garbo, 13 de noviembre de 1954.
Colección particular

E
Radiocinema, 1 de abril de 1946.
Hemeroteca Municipal de Madrid

A

C

B

D

E

F

G

H

cinio de programas y concursos con premios fue fundamental para potenciar el consumo.

Se desató un culto a los avances científicos y tecnológicos. Los nuevos productos químicos, como los plásticos y los tejidos y fibras artificiales, el nylon, el plexiglás... fueron la gran novedad. Impermeables, manteles, juguetes, ropa interior y muchos otros artículos de plástico o nylon ocuparon los escaparates de las tiendas. Las medias de nylon ya no llevaban costuras, los calcetines para caballero eran elásticos y se ajustaban a la perfección. Los españoles de los años cincuenta contemplaban admirados los adelantos de la técnica. Por ejemplo, en Madrid, las nuevas escaleras mecánicas de Galerías Preciados instaladas en 1955, que unían todas las planas del edificio, se convirtieron en una gran atracción, y la gente viajaba a la capital sólo para verlas[198].

Fue la época dorada de los grandes almacenes, que hicieron famosas sus promociones de fin de temporada, las "rebajas" y otras campañas para

F
Las Provincias (Valencia), 24 de noviembre de 1956. Hemeroteca Municipal de Madrid

G
La Vanguardia Española, 30 de octubre de 1956. Hemeroteca Municipal de Madrid

H
La Vanguardia Española, 26 de octubre de 1956. Hemeroteca Municipal de Madrid

[198] Véase *El franquismo año a año*, nº 15: 1955, Biblioteca de *El Mundo*, Unidad Editorial, 2006, p. 144.

A

B

A
La Vanguardia Española,
octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Destino, 5 de mayo de 1951.
Colección particular

C
Mis Chicas, 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
La Vanguardia Española,
6 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

E
La Vanguardia Española,
octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C

D

E

F

H

G

F
La Vanguardia Española,
27 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Hoja de propaganda, años 50.
Colección particular

H
Las Provincias (Valencia),
22 de noviembre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

estimular el consumo en fechas señaladas como el día de la Madre, el día del Padre, el día de los Enamorados... Galerías Preciados, que había abierto sus puertas en abril de 1943 con Pepín Fernández como propietario, y El Corte Inglés de Ramón Areces, que se había instalado en la acera de enfrente, en Madrid, en la calle Preciados, tras unos comienzos difíciles –sobre todo por la gran dificultad de comprar mercancía en los años de la autarquía–, ampliaron sus negocios en los años cincuenta, abrieron nuevas y modernas tiendas y protagonizaron la competencia más agresiva que se había conocido hasta entonces entre dos negocios comerciales[199].

No obstante, y a pesar de que en la publicidad de nuevos bienes para el consumo era muy visible, lo cierto es que su uso en los años cincuenta fue aún restringido. Hasta mediados de los años sesenta no se generalizarán en las casas españolas los frigoríficos y lavadoras, mientras que la presencia de otros aparatos, como los

[199]
Véase Pilar Toboso, *Pepín Fernández, 1891-1982: Galerías Preciados, el pionero de los grandes almacenes*, Madrid, LID, 2000.

A

B

C

A
Ya, suplemento de 25 de enero de 1959. Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Hoja de propaganda, años 50. Colección particular

C
Semana, 9 de mayo de 1950. Hemeroteca Municipal de Madrid

D

D
Cartel, 1960. 20,7 x 29,5 cm
Colección Carlos Velasco

E
Ya, 26 de junio de 1955.
Hemeroteca Municipal de Madrid

tocadiscos o las aspiradoras, siguió siendo insignificante. En 1960 sólo el 1% de los hogares españoles tenía televisión. La televisión llegó a España muy tarde. La primera prueba en circuito cerrado se presentó en la Feria Internacional de Muestras de Barcelona en mayo de 1948. En agosto de ese mismo año, el primer espectáculo televisado ofrecido al público de Madrid fue un completo fracaso. Se intentó retransmitir en directo una corrida desde la plaza de toros de Vista Alegre. Unos ocho mil espectadores pagaron una entrada para verla desde el Círculo de Bellas Artes en unas pantallas instaladas al efecto. Pero apenas se vio nada, hasta el punto de que hubo que devolver el importe de las entradas y el experimento resultó una mala propaganda para el nuevo invento[200]. Hubo que esperar todavía muchos años, hasta el 28 de octubre de 1956, para la inauguración de Televisión Española en unos modestos estudios del paseo de la Habana. La ceremonia tuvo lugar el día de Cristo Rey y víspera del aniversario de la fundación de Falange,

E

[200]
Luis Enrique Alonso y Fernando Conde, *op. cit.*, p. 221.

A

B

C

A
La Vanguardia Española,
19 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
Destino, 1 de noviembre de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

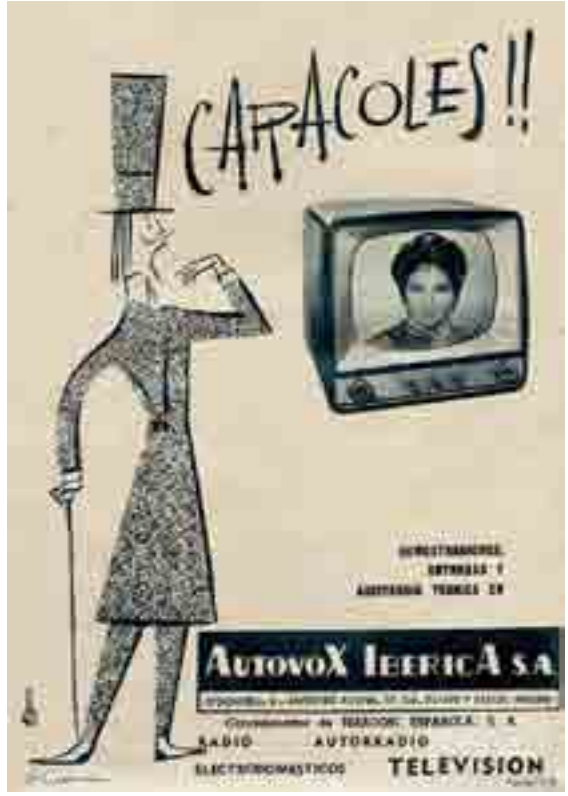
C
Lecturas, abril de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid.
En los años 50 se ponen de moda los premios y sorteos patrocinados por las empresas comerciales. Mucha gente participa en ellos con la esperanza de que su suerte cambie. Es el sueño consumista.

lo que en absoluto era una casualidad, como recordó el ministro Arias Salgado:

> Hemos elegido estas dos fechas para proclamar los dos principios básicos que han de presidir, sostener y enmarcar todo el desarrollo futuro de la televisión en España: la ortodoxia y rigor desde el punto de vista religioso y moral, con obediencia a las normas que en tal materia dicta la Iglesia católica, y la intención de servicio y el servicio mismo a los principios fundamentales y a los grandes ideales del Movimiento Nacional[201].

La primera retransmisión fue una misa. Hasta que la señal no llegó a Cataluña y otros lugares, las ventas de aparatos de televisión fueron reducidas.

La partida más importante del gasto familiar siguió siendo la alimentación (más del 60% del total del gasto a finales de los cincuenta). Desde luego, los productos alimenticios que se anuncian en esta década son de mejor calidad y mucho más variados que en la década precedente. Un producto estrella será el Nescafé instantáneo, el café soluble de Nestlé, que permite prescindir del filtro y de la cafetera y preparar un café en cualquier momento o situación, sólo mezclando dos cucharadas en agua.



E

D

Otra novedad fue la llegada a España de los primeros grupos de turistas, gentes exóticas vestidas con *shorts* y en general con escasa indumentaria, que pusieron en guardia a los prelados y asociaciones religiosas. A pesar de las exhortaciones a los fieles para que no imitasen esas inmorales maneras de vestir[202], nadie pudo evitar una lenta pero imparable modificación de los tradicionales estilos de vida de las poblaciones costeras en las que estos turistas, ávidos de sol y playa, se alojaban.

Los propios españoles también empezaron a pensar en viajar. El anhelo de la emergente clase media será disfrutar de vacaciones, aunque aún son pocos los que pueden permitírselo. Las páginas de los periódicos, no obstante, se llenaron de anuncios de agencias de viajes –Meliá, Marsans...– y de compañías de transporte por carretera, mar y aire, que proponían llevar a la gente a lugares maravillosos. Viajes en barco, en avión, en autocar, tanto al extranjero como dentro de la península, así como anuncios de maletas o con imágenes de

D
Ya, 17 de febrero de 1959.
Hemeroteca Municipal de Madrid

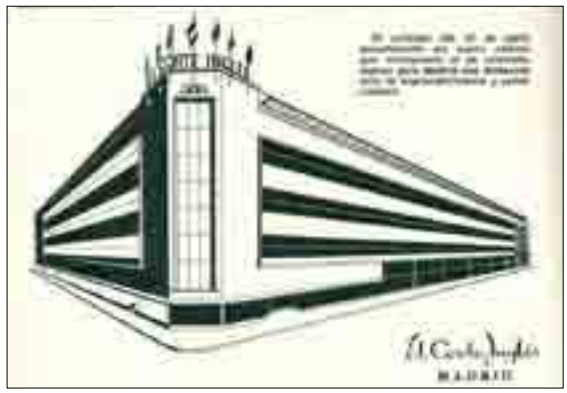
E
Hoja de propaganda, 1957.
Colección particular

[201]
Armand Balsebre, *op. cit.*, p. 213.

[202]
Véase Fernando Vizcaíno Casas, *Contando los 40. Mis episodios nacionales*, Barcelona, Planeta, p. 225.

A

B



C

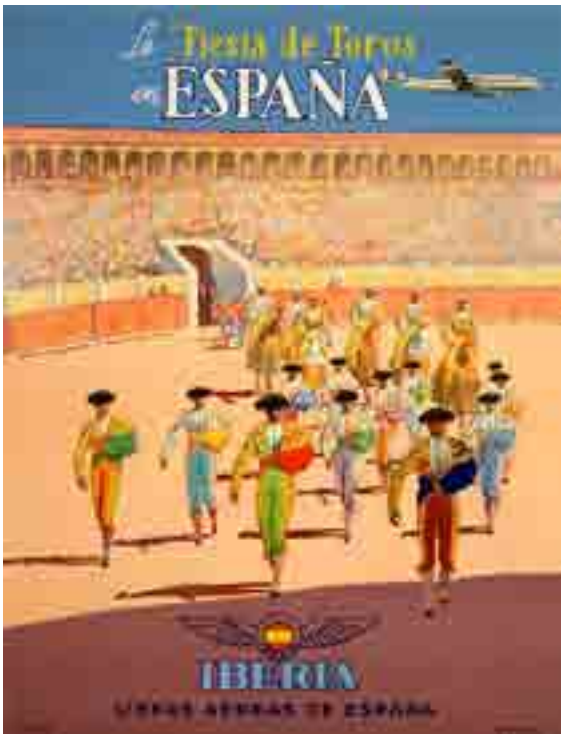
D

A
ABC, 6 de abril de 1943.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B
ABC, 23 de junio de 1940.
Hemeroteca Municipal de Madrid

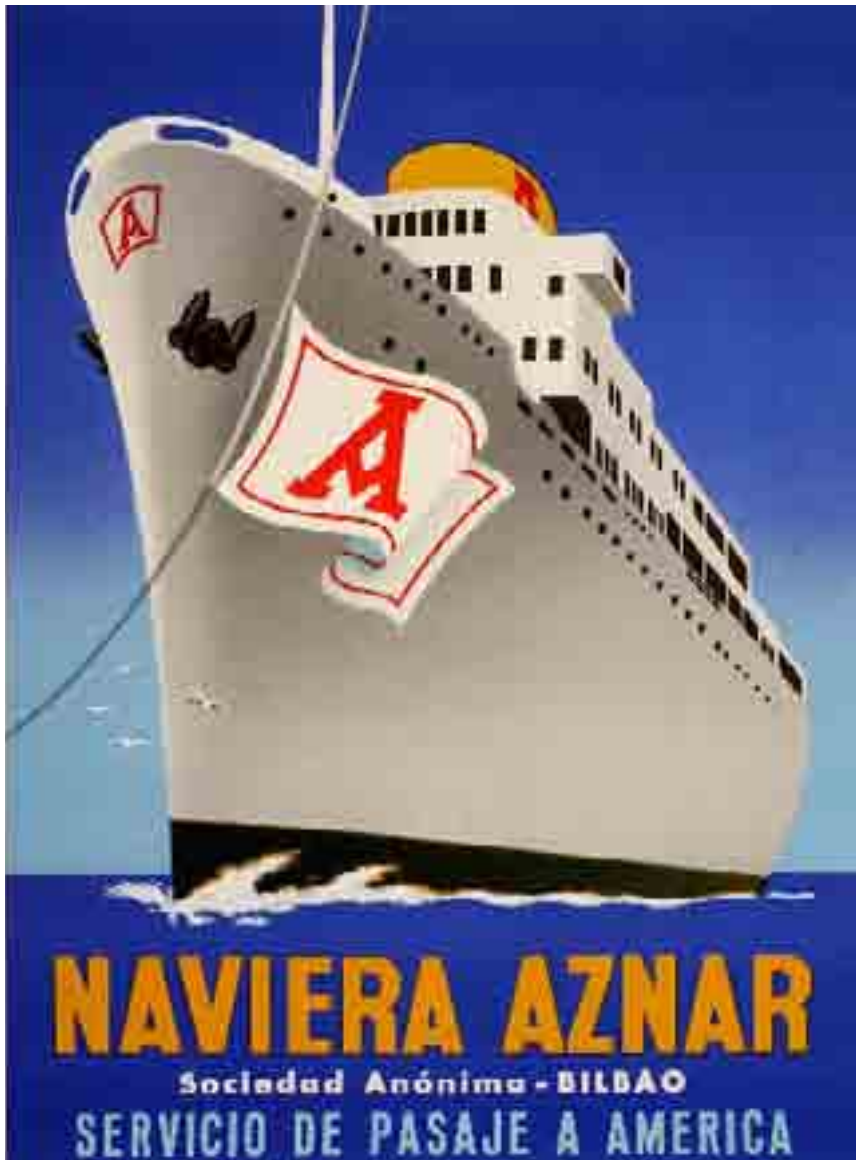
C
Radiocinema, 17 de abril de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Informaciones, 2 de julio de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid



E

F



G

E
Cartel, años 50. 98,5 x 67,5 cm
Colección Carlos Velasco

F
La Nueva España (Oviedo),
8 de abril de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

G
Cartel, años 50. 69,3 x 49,5 cm
Colección Carlos Velasco

A

A
Cartel, 1959. 23 x 47,8 cm
Colección Carlos Velasco

B
Dígame, 3 de junio de 1952.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
Dígame, 1953.
Hemeroteca Municipal de Madrid

B

C

D

E

F

D
Cartel, años 50. 100 x 61,5 cm
Colección Carlos Velasco

E
Cartel, años 50. 30 x 18,5 cm
Colección Carlos Velasco

F
Informaciones, 23 de agosto de 1954. Hemeroteca Municipal de Madrid

personas que viajaban. Llama sobre todo la atención el desembarco de las líneas aéreas de los diferentes países, si bien, como recordaba José Agustín Goytisolo, "los aviones eran unos aparatos que hoy pondrían los pelos de punta, y los aeropuertos parecían granjas de gallinas"[203]. Los vuelos en avión tardaban también mucho más que hoy, pero indudablemente la posibilidad de volar, por ejemplo, entre Madrid y Barcelona, supuso un enorme adelanto. La extensión de las comunicaciones y de los viajes, al igual que el proceso de industrialización y de modernización de la agricultura, son muy palpables en los anuncios de los años cincuenta. La construcción de urbanizaciones y colmenas de pisos en las ciudades, muy anunciadas también en carteles y periódicos, fue un signo claro del inicio de un rápido proceso de urbanización. Todos estos fenómenos a los que hemos aludido –el turismo, las inversiones extranjeras, la emigración, la urbanización...– comienzan en los años cincuenta, pero será en los sesenta cuando se desarrollen, impulsando un singular

[203]
Véase Juan F. Marsal, *Pensar bajo el franquismo. Intelectuales y política en la generación de los años cincuenta*, Barcelona, Península, 1979, p. 165.

A

B

C

A
Cartel, años 50. 40,8 x 31,2 cm
Colección Carlos Velasco

B
La Vanguardia Española,
31 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

C
La Nueva España (Oviedo),
29 de septiembre de 1951.
Hemeroteca Municipal de Madrid

crecimiento económico que tendría importantísimas consecuencias sociales.

No hay que esperar a los sesenta para percibir también un cambio claro, aunque lento, en las costumbres. De Estados Unidos llegó la moda de los pantalones en las mujeres, que fue ya imparable. En agudo contraste con la mujer de los primeros años cuarenta, la mujer española de los cincuenta moderniza mucho su aspecto: lleva el pelo corto, se viste con pantalones y adopta aires más desenfadados. También se nota otra actitud en la relación entre los sexos, más desenvuelta, más libre. Ciertas reformas jurídicas permitieron nuevas

D

E

F

D
Cartel, años 50. 96 x 66 cm
Colección Carlos Velasco

E
Ya, 1959.
Hemeroteca Municipal de Madrid

F
Cartel, años 50. 84 x 69 cm
Colección Carlos Velasco

A
Cartel, años 50.35,3 x 25 cm
Colección Carlos Velasco

B
Hoja de propaganda, 1956.
Colección particular

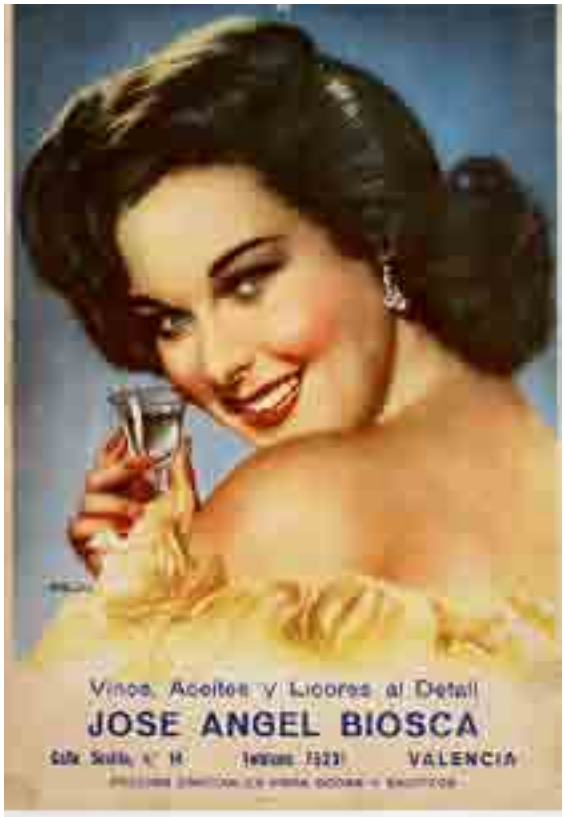
C
Lecturas, marzo de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

posibilidades profesionales a las mujeres que, en número creciente, fueron accediendo a puestos de trabajo fuera del hogar. La publicidad reflejó esa nueva imagen de una mujer asalariada (normalmente empleada en una oficina, como secretaria, mecanógrafa o telefonista).

Muchos anuncios se atrevieron también a mostrar una imagen pícara y descocada de la mujer, a la que, por ejemplo, una corriente de aire le levanta las faldas, o que se ha dado un traspiés y se está cayendo, con el propósito, por supuesto, de dejar ver sus largas piernas (imagen que se repite en anuncios de muy diferentes productos). Los vestidos marcan las curvas femeninas de forma inimaginable una década antes, y son muy frecuentes las imágenes de mujeres que muestran seductoras un exuberante pecho o lanzan miradas insinuantes.

Todos estos cambios fueron muy mal vistos por la Iglesia y las organizaciones falangistas, que trataron sin éxito de detener la entrada de estas nue-

B



A

C

D
Cartel, años 50. 25,5 x 34 cm
Colección Carlos Velasco

E
Cartel, años 50. 49,2 x 39,5 cm
Colección Carlos Velasco

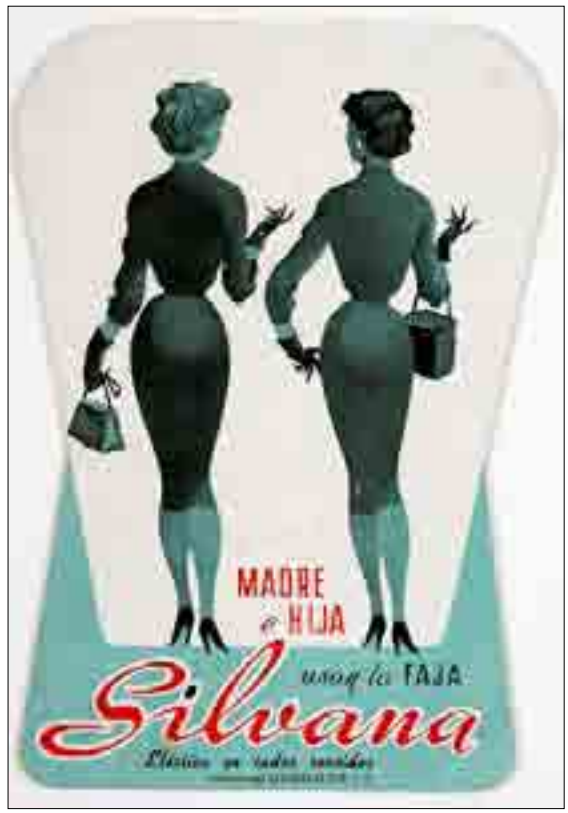
F
La Vanguardia Española,
28 de octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

E

F

A



B

C

A
Cartel, años 50. 35 x 26,5 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartoncillo, años 50. 25,8 x 18,3 cm
Colección Carlos Velasco

C
La Vanguardia Española,
octubre de 1956.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D

E

F

G

D
Cartel, años 50. 36 x 25,5 cm
Colección Carlos Velasco

E
Cartel, años 50. 32,8 x 23,2 cm
Colección Carlos Velasco

F
Hoja de propaganda en prensa, años 50. Colección particular

G
Hoja de propaganda en prensa, 1958. Colección particular

A

A
Cartel, 1958. 34,2 x 44,2 cm
Colección Carlos Velasco

B
Cartel, años 50. 41,2 x 28 cm
Colección Carlos Velasco

C
Lecturas, septiembre de 1954.
Hemeroteca Municipal de Madrid

D
Garbo, 21 de mayo de 1955.
Colección particular

B

vas y perniciosas costumbres. Por ejemplo, la revista femenina *Teresa*, viendo ya perdida la batalla del pantalón femenino, afirmaba en el año 1954 que éste debía limitarse a lo estrictamente necesario: "Mientras menos utilicemos pantalones, mejor. En general favorecen menos que las faldas, sobre todo a la contextura de la mujer española, muy mujer y con formas muy acusadas, que no encajan en la línea recta, varonil, del pantalón". Todavía en 1957, el Ministro de Información Arias Salgado prohibía terminantemente el primer plano femenino en Televisión Española porque, siguiendo su lógica puritana, "en la vida real nunca se está tan cerca de una mujer"[204].

Pero los tiempos cambiaban, los jóvenes bailaban en los "guateques" el *rock-and-roll*, el *twist* y otros bailes sueltos, y se comportaban cada vez con mayor libertad. Algunos españoles (y españolas) comenzaban a mostrar ciertos signos de inconformidad con los rígidos patrones de conducta impuestos.

Las nuevas costumbres y pautas de consumo que comenzaron en los cincuenta se acelerarían en los sesenta, la llamada década del "desarrollismo", en la que iba a producirse la mayor transformación de la vida española de todo el siglo XX, configurándose una nueva sociedad de consumo de masas que poco tiene que ver ya con la sociedad de las dos décadas anteriores[205]. La historia de los sesenta es realmente otra historia que no entra en el periodo abarcado en este libro.

C

D

[204]
Lola Gavarrón, *op. cit.*, p. 277.

[205]
Véase Luis Enrique Alonso y Fernando Conde, *op. cit.* p. 83.

Apéndice documental

Solicitud presentada ante Censura Plástica por un particular para la fabricación de medalla franquista. (AGA), (3) 60- 21/1364

Francisco Borrás Llabrés, San Estanislao 28 y 30 Palma de Mallorca 25 de Diciembre de 1937.= 2º Año Triunfal.= Excmo. Sr. Don Gil Yusta.= Secretaría de Guerra.= Burgos.= Excmo. Sr. = Tengo el gusto de confirmarle mi carta del día 11 de Noviembre ppdº. acompañada de una medalla con lema "España en mi corazón" y dos diseños más para el concurso oficial del modelo de Medalla de Campaña.= Con la presente me es grato incluir cuatro medallones con la efigie de nuestro querido Generalísimo EL CAUDILLO.= Si tales medallones mereciesen el honor de la aprobación de ese Secretariado y se me autorizase para su fabricación y venta en todas las provincias liberadas y las que vayan liberándose del marxismo, me es de gran satisfacción adelantarle a V.E. que pienso fijar un precio popular, a fin de que sea asequible a todas las fortunas y estados económicos, sobre cuyos precios descontaría diez por ciento que serían reservados y destinados al glorioso Movimiento Nacional, para lo cual se llevaría un libro especial de facturas, por esta Comandancia Militar.= Con ruego de que ese Secretariado no vea solo un motivo comercial sino más bien una divulgación de la personalidad augusta y gloriosa de nuestro Caudillo y un medio de contribuir a las grandes cargas del Movimiento Nacional, me ofrezco incondicionalmente a las órdenes de S.E. cuya vida guarde Dios muchos años para bien de la Patria.= ¡Viva y Arriba España! ¡Viva el Ejército salvador! ¡Loor al Caudillo!.= Francisco Borrás.= Rubricado.=

ESTADO ESPAÑOL SECRETARÍA DE GUERRA

EL JEFE
El Coronel de Estado Mayor

142

a

Ref. Prop. Nacional
2 MT/MF

Recibida en esta Delegación la consulta elevada por esa Sociedad sobre si la marca de vino "Imperial Toledo" - "Vino de Héroes", registrada hace mas de un año en el Registro de la Propiedad Industrial, se consideraba afectada por la Orden 29 de octubre de la Secretaría General del Estado, tengo el honor de comunicarle que no hay inconvenients alguno en que sigan Vds. empleando dicha marca de vinos aunque sea con fines comerciales, no considerando por tanto dicha marca incluída en el espíritu que informa la precitada Orden.

Dios guarde a Vds. muchos años
Saludo a Franco:Arriba España

Salamanca, 3 diciembre 1937
II Año Triunfal

EL COMANDANTE DE INGENIEROS
ENCARGADO DEL DESPACHO.

DELEGACIÓN DEL ESTADO
PARA PRENSA Y PROPAGANDA
NACIONAL
ENTRADA
SALIDA

12

SRES. GONZALEZ BYASS Y Cª

JEREZ DE LA FRONTERA

González Byass solicitó y obtuvo permiso para seguir fabricando su vino "Imperial Toledo, vino de héroes", en alusión a los héroes del Alcázar de Toledo, todo un referente para los vencedores de la guerra.
AGA (3) 60- 21/ 1364.

Petición de un industrial malagueño para poder seguir vendiendo los caramelos "Salvación" y "Requeté".
AGA (3) 60- 21/ 1364

142

8

EXCMO. SR. DELEGADO DEL ESTADO PARA PRENSA Y PROPAGANDA.

SALAMANCA.

Excmo. Sr:

El que suscribe, Emilio López León, industrial establecido en Málaga, en la calle de Cuartelas, nº. 4, con fábrica de Caramelos, Peladillas y Grageas, a V.E., respetuosamente, expone:

Que, una vez liberada nuestra Capital de la dominación roja, por la entrada de nuestro glorioso Ejército, de acuerdo con la litografía de Don Eduardo Muñoz Gutiérrez, sita en la calle de Joaquín Dicenta, nº. 12, de esta Ciudad, inició la creación de dos colecciones de envolturas para caramelos; la primera de ellas denominada " SALVACIÓN ", compuesta de los diez dibujos que acompaña y que llevan impresa la Bandera Española y en el centro la fotografía de nuestros gloriosos e ilustres CAUDILLO y GENERALÍSIMO, teniendo impreso el dorso de la misma la patriótica y popularísima canción de la Bandera, envolturas que fueron confeccionadas con la autorización del Gobierno Militar, de Málaga, previa la solicitud correspondiente y sometimiento de los diseños, que fueron devueltos sellados.

La segunda colección de envolturas, denominada "REQUETÉ" consta de un sólo dibujo, que igualmente acompaña, y también lleva impresa la Bandera Española y en el centro el emblema del Requeté, teniendo impreso el dorso de la envoltura el himno del Requeté.

Cómo la orden de la Secretaría General de S.E. el Jefe del Estado, de fecha 20 de Octubre último, señala un plazo de dos meses para que queden anuladas estas publicaciones y concesiones, y, en dicho término no le es posible consumir las existencias que posee de dichas envolturas y que se componen, de:

Kgs. 840.- de envolturas "SALVACIÓN" con un valor de Ptas. 1.140.-, y
" 388.- " " " REQUETÉ " " " " " " 1.068,75
en total Ptas. 2.208,75

SUPLICA a V. E., que, dado el quebranto que se le pueda ocasionar al tener que destruir las envolturas que le quedan al expirar el plazo de los dos meses señalados, después de los perjuicios tan grandes sufridos en la época roja, que ha dejado a su industria en una situación muy difícil y con gran esfuerzo puede ir sosteniendo a los 22 empleados y obreros que en ella tienen ocupación, se digne concederle su autorización para que continúe empleando dichas envolturas hasta agotar las existencias señaladas que en la actualidad posee, a pesar de que transcurra el plazo de los dos meses que expiran el 20 de Diciembre próximo.

Gracia que espera merecer de V. E., cuya vida guarde Dios muchos años para bien de España.

Málaga, 28 de Noviembre de 1937.
II Año Triunfal.

E. LOPEZ LEON
FABRICA DE CARAMELOS

¡ VIVA ESPAÑA ¡
¡ VIVA FRANCO ¡
¡ ARRIBA ESPAÑA ¡

F.E.T. y de las J.O.N.S.
VICESECRETARIA DE EDUCACION POPULAR
DELEGACION NACIONAL DE PROPAGANDA.
SECCION DE RADIODIFUSION

ARTICULO 25

Para que nos reunido por las emisoras privadas de la radio con arreglo a las instrucciones contenidas en la circular nº 129, se transcribe a continuación el artículo nº 25 titulado "UNIDAD EN TORNO DEL CAUDILLO".

Por Dios, por España y su Revolución Nacional-Sindicalista.
Madrid, 14 de Noviembre de 1.942.

EL DELEGADO NACIONAL DE PROPAGANDA.

UNIDAD EN TORNO DEL CAUDILLO

En un sistema considerar el poder como un fenómeno vivo de la Patria joven es hecho constantemente comprobado de que, en los momentos graves y trascendentales, toda la sociedad española, como un bloque de sangre y acero, se agrupa en torno del Caudillo.

Dolorosa experiencia nos demuestra que solo España se eleva triunfal sobre todas las vicisitudes cuando se agrupa en apretado haz, cuando siente un mismo anhelo, cuando forma una fuerza que la ha llevado siempre a los más espectaculares triunfos.

En grandes, históricos de España tiene como principal elemento la unidad. España fué poderosa cuando los Reyes Católicos supieron unir regiones y centralizaron. Al calor del crisol de la guerra se fundan nacionalismo e imperialismo. Y vienen la etapa gloriosa del final de la reconquista, la época de los descubrimientos, el imperio donde no se ponía el sol, las guerras victoriosas, la supremacía de España sobre Europa y el mundo.

Es necesario regresar hasta la disgregación para sentir el dolor patrio de ver cómo se destruían nuestro triunfo. Fitoquemas, dinastías, regionalismos, desmembraban en nuestra propia tierra, desmembraban colonias, repúblicas disolventes, entrega de medio España al poder conquistador....

Pero España no podía sucumbir. Baluarte de la civilización cristiana en Occidente, supo oír a tiempo la voz salvadora del Caudillo y obedecer al clarín de la Patria supo conjugar sus esfuerzos y sus sacrificios para remontar a España del poder extranjero.

Antes y ahora, hoy y siempre, toda España está atenta a la voz de ese del Genio vencedor de nuestra Cruzada. La nación española ha salido victoriosa de nuestros tres años de lucha. Se equivocan nuestros enemigos al juzgar que España se encuentra dividida. Solo una voz del conductor de la Patria y millones de españoles intensificarán su sobreesfuerzo. Porque la Patria sabe que su unidad la convierte en una España invencible que con donde está su irrenunciable destino.

CONSEJO DIRECTIVO PROVINCIAL DE EDUCACION POPULAR DE

El régimen recordó con insistencia la pretérita grandeza histórica de España y, en concreto, el reinado de los Reyes Católicos como símbolo de la unidad nacional y punto de partida de la forja de un Imperio. AGA (3) 60- 21/ 1364

Alfonso Orlando, de Santoña, solicita y le es denegada autorización para usar el escudo nacional y la bandera española en envases de conservas de pescado. AGA (3), 48- 21/64

ILTMO. Sr.

AUTOR

PRODUCTOR

DESTINO

CARACTER

MATERIAL

COLORIDO

ILTMO. SR. DELEGADO NACIONAL DE PROPAGANDA.

VICESECRETARIA DE EDUCACIÓN POPULAR
DE
F. E. T. Y DE LAS J. O. N. S.

DELEGACIÓN NACIONAL DE PROPAGANDA

Expediente nº 237
Año 1,943

Sección CENSURA
N.º

AUTOR	Alférez Orlando.
PRODUCTOR	
DESIGNACION	Escudo Nacional y la Bandera Española
DESTINO	Distintivo para envases y conservas
CARACTER	Comercial
MATERIAL	
COLORIDO	
ENTRADA	17 de julio de 1,943.
SALIDA	20 de julio de 1,943
RESOLUCION	DENEGADA
OBSERVACIONES	Con arreglo a la Orden del 27 de Abril de 1,939 sobre emblemas, escudos etc.

EL JEFE DE LA SECCION DE
O.A.P. y Plástica.

Firmado: Carlos Buñes

Vº Bº
EL DELEGADO NACIONAL DE
PROPAGANDA.
P.D.
EL SECRETARIO NACIONAL

Firmado: [illegible] de Canales

RESOLUCIÓN TECNICA . . . . . .DENEGADA

¡Franco, Franco, Franco!
¡Arriba España!

La ideología imperialista fue un elemento esencial del primer franquismo, en el que el partido único, FET y de las JONS, tuvo un papel protagonista.
AGA (3) 60- 21/ 1364

FALANGE ESPAÑOLA TRADICIONALISTA
Y DE LAS J.O.N.S.

Secretaría General.

CIRCULAR EXTRAORDINARIA

Nº 22 6253

Camaradas:

La guerra va acercándose a nuestras fronteras geográficas y va llenando nuestros oídos de nombres familiares.

Marruecos, Orán, Argel, nos suenan tan entrañablemente que difícil será podernos sustraer a la idea de que se lucha sobre nuestra propia historia. Para los que vimos la sangre de los Caídos como una alegre promesa, para los que a diario cantamos "que en España empieza a amanecer" la vida se nos hace intensa de emoción.

Frente a nosotros la voz de los sensatos, la voz de todos los que en los momentos solemnes de la vida adoptan siempre la postura de no enterarse, creyendo así que la historia se desvía, lanzan a los cuatro vientos la consigna del miedo y contra lo que ellos creen belicismo sistemático e inconsciente, levantamos también un pacifismo inconsciente y sistemático.

No; ni el belicismo ni el pacifismo son formas permanentes de conciencia sino actitudes coyunturales de la vida.

La Falange rechaza en absoluto la postura de eternos vacilantes, pero tampoco puede aceptar que en los momentos solemnes de la historia se nos crea dispuestos a volvernos de espaldas a la realidad.

En la guerra actual se ventila algo más que la posesión o la pérdida de unos territorios: Si así fuera, nosotros que no concebimos España como una geografía más o menos elástica, sino como una ideología, como una empresa a realizar en el mundo, no nos sentiríamos demasiado aludidos. Pero en la guerra actual luchan dos ideologías; las ideas democráticas con desembocadura cierta en el comunismo y las ideas totalitarias; y sería estúpido en horas en las que por estar decidiéndose la norma del mundo se decide también el rumbo y la dimensión de España, permanecer ciegos ante los acontecimientos que nos rodean.

Por eso y porque la Falange como toda idea política tiene que vivir con el tiempo, pero sin dejarse arrastrar a placer por los vientos de episodios pasajeros, es preciso que el mundo cumpla su misión rectora y señale en cada momento lo que es circunstancial y lo que es permanente e indeclinable.

Y para nosotros es permanente e indeclinable:

1º. NUESTRA POSICION ANTIDEMOCRATICA.

El 18 de Julio de 1936 rompimos con la podredumbre de un régimen que renunciaba solemnemente a la guerra como instrumento de política internacional y reconocía la autonomía de unos hombres que se erigían en representantes de unas regiones españolas. El sentar las bases del engrandecimiento de la Patria y lograr la unidad entre los hombres y las tierras costó un millón de españoles. Un millón de muertos españoles no son cualquier cosa, ni podemos olvidarla como un juguete a la vuelta de una esquina.

2º.- NUESTRA AMBICION IMPERIAL

España definió hace ya siglos su entendimiento universal de

la historia, la católica conciencia del hombre y el quehacer de ganar la tierra para ampliarla en aras [illegible] superior y esta vocación nuestra es inalienable patrimonio del ser universal de España. [illegible] de lo que esta se refiere podemos renunciar y nuestra empresa co[illegible] la espada o con el entendimiento nacional habrá de realizarse por la Falange.

1º.- NUESTRAS REIVINDICACIONES TERRITORIALES

En lo físico España tiene planteado ante el mundo un progra[illegible] mínimo de reivindicaciones territoriales. No son nosotros [illegible] quien corresponde elegir el momento para [illegible] quien corresponde afi[illegible] mar para que en cada uno de nuestros compatriotas anide el convencimiento que por nada ni por nadie consentirá el Caudillo la esterilidad del esfuerzo, ni siquiera el menor repliegue en nuestra marcha.

4º.- NUESTRA ENTRADA EN FORMA AL CAMBIO.

Hoy más que nunca el falangista marcará al Ejército como expresión de la voluntad española de [illegible], que ni un solo grado será tolerado de los que vendidos a extranjerías traten de minar la fortaleza de nuestras armas. Hoy en un crisol contra la Patria todo lo que no sea una fé cerrada en las directrices del Jefe de la Falange y del Ejército.

Para la paz o para el peligro Dios quiso darnoslo y en medio de este torrente de sangre que destruye el mundo al hacer que la voz de España suene para su gloria como un himno triunfal.

.....

Y por último camarada, para ello, habremos de tener serenidad consigna permanente; sin que nunca valga significar un diferencia ni frialdad sino manera de situarse en el lugar preciso: En ese lugar preciso para el que hoy más que nunca necesitamos recuperar la tensión y el servicio de los días angustiosos y trascendentales.

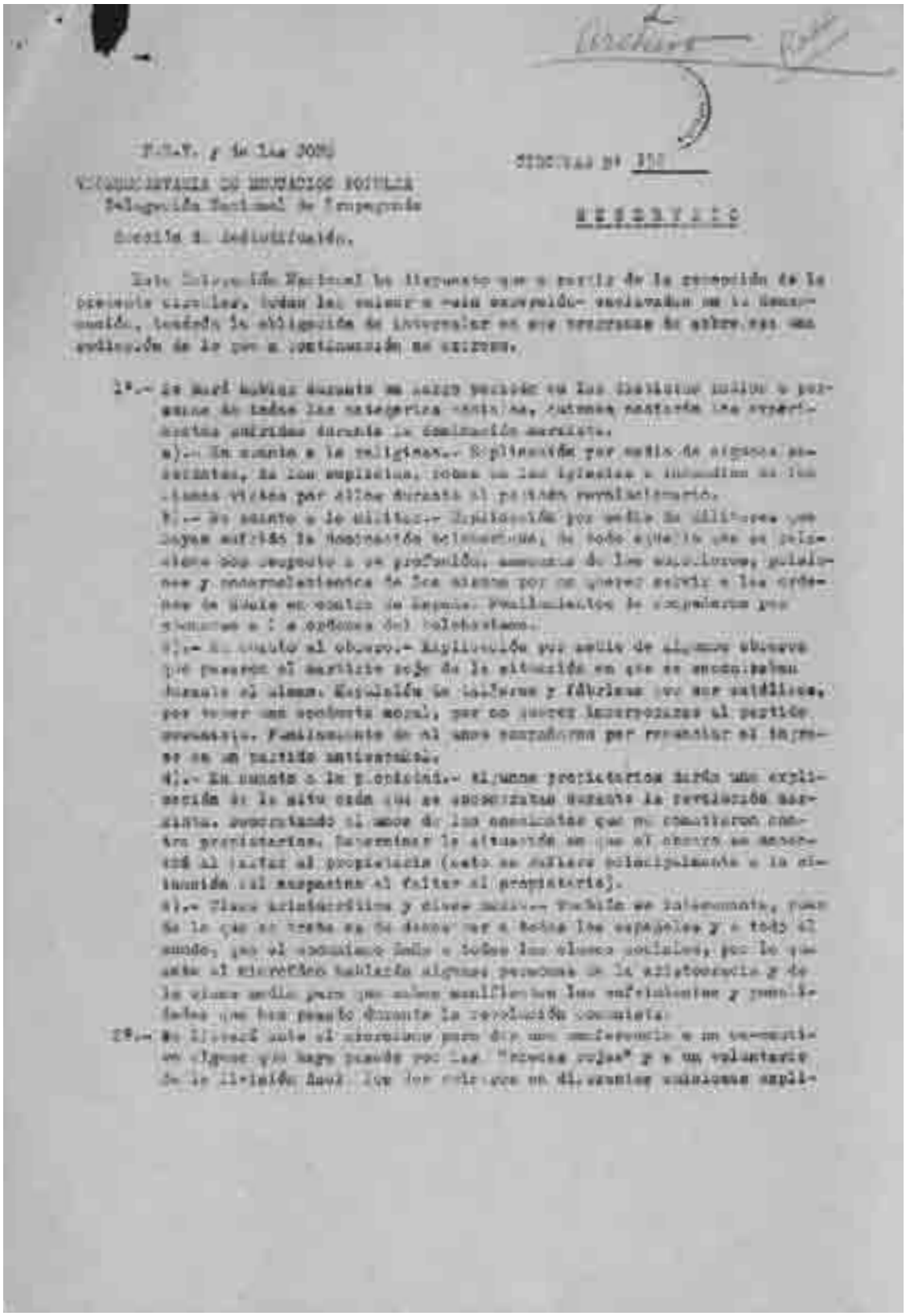
Madrid, 12 de Noviembre de 1.942

EL MINISTRO SECRETARIO GENERAL.

Firmado: José Luis de Arrese.

AL CAMARADA JEFE PROVINCIAL DEL MOVIMIENTO EN _____

El nuevo Estado construyó el mito de la "anti-España" estigmatizando la época republicana con terribles imágenes. AGA (3) 60 – 21/807



F.E.T. y de las JONS

VICESECRETARIA DE MOVIMIENTO POLITICA
Delegación Nacional de Propaganda

Sección 2. Individualizado.

CIRCULAR Nº [illegible]

RESERVADO

Esta Delegación Nacional ha llegado que a partir de la recepción de la presente circular, todas las noticias -más o menos exageradas- existentes en la demarcación, tendrá la obligación de informar en este sentido de cuanto a continuación se expresa.

1º.- Se hará hablar durante un corto período en los distintos medios a personas de todas las categorías sociales, entre las expertas sufridas durante la dominación marxista.

a).- En cuanto a la religiosa.- Explicación por medio de signos sacerdotes, de los empleados, sobre en las iglesias e iconoclasias de las cosas vistas por ellos durante el período revolucionario.

b).- En cuanto a la militar.- Explicación por medio de militares que hayan sufrido la dominación bolchevique, de todo aquello que se relacione con respecto a su profesión, asesinatos de los oficiales, policías y consecuentemente de los otros por no querer servir a las órdenes de Moscú en contra de España. Familiares de compañeros que pertenecen a la oficialidad del bolchevismo.

c).- En cuanto al obrero.- Explicación por medio de algún obrero que pasaron el martirio bajo de la situación en que se encontraban durante el dominio. Explicación de talleres y fábricas que han estado, por tener un contenido moral, por no querer incorporarse al partido comunista. Familiares de al menos sacrificados por resistir al ingreso en un partido antinacional.

d).- En cuanto a la propiedad.- Algunos propietarios dirán una explicación de la situación que se encontraban durante la revolución marxista, encontrando el amor de los comunistas que no cometieron contra propietarios. Determinar la situación en que el obrero se encontró al faltar el propietario (esto se refiere principalmente a la situación del campesino al faltar el propietario).

e).- Clase aristocrática y clase media.- Posible en internacional, pues de lo que se trata es de demostrar a todos los españoles y a todo el mundo, que el comunismo lleva a todas las clases sociales, por lo que antes el ciudadano hablará algunas personas de la aristocracia y de la clase media para que sabe manifiesten las satisfacciones y penalidades que han pasado durante la revolución comunista.

2º.- Se llevará ante el micrófono para dar una conferencia o un coloquio algún que haya pasado por las "checas rojas" y a un voluntario de la División Azul. Que los relatos en diferentes emisiones expli-

151

25.TL/JA.

Salamanca, 20 de enero de 1938
II Año Triunfal.

Sr. D. M. Gil Gelín
Jefe de la Imprenta

12

DELEGACIÓN DEL ESTADO
PARA PRENSA Y PROPAGANDA
NACIONAL
ENTRADA
Fecha 20 EN 1938 04523

Muy Sr. nuestro:

Ha producido en esta Delegación una sorpresa tan extraordinaria como desagradable, con la lectura de propaganda de un producto que Vd. fabrica con el nombre de "Vino de Desarristo". Por si esto fuera poco, no ha tenido Vd. el menor escrúpulo en incluir, también, en la referida estampa una detestable y antiestética efigie que quiere representar a Nuestro Señor Jesucristo en actitud de bendecir las dos especies que integran el Santo Sacramento de la Eucaristía. Y para conclusión de tanta irreverencia, termina su estampa con un vulgarísimo reclamo comercial, componiendo todo ello un conjunto tan irrespetuoso como inconcebible desde cualquier punto de vista que se le examine. Difícilmente se logra un mayor cúmulo de irreverencias en más reducido espacio.

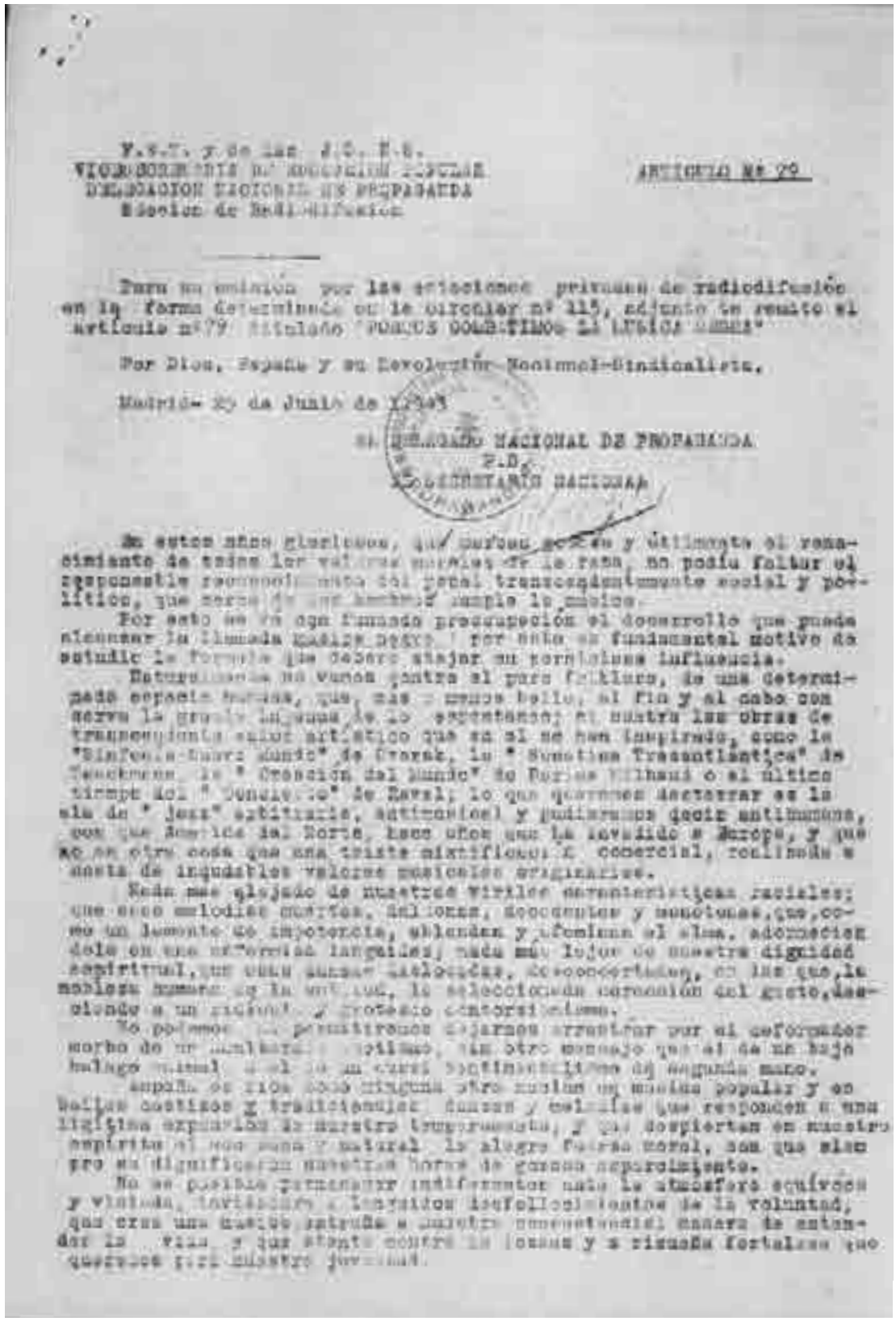
Y claro es que todo ello es perfectamente intolerable, porque olvida Vd. quebrantando de una manera clara y manifiesta la Orden del 29 de octubre del pasado año, no ha presentado a la Censura previa de esta Delegación, su desgraciada estampa, procediendo, por lo menos, con una inexcusable ligereza, merecedora de la correspondiente sanción. Por ahora pues, se le prohibe a Vd. de una manera terminante el uso de la referida estampa y procederá Vd. a recoger todas las que tenga en circulación, remitiendo en nuestro conocimiento las medidas que Vd. ponga en práctica para cumplimiento de cuanto en esta carta se le ordena. De no hacerlo así se le aplicará la sanción correspondiente, en su grado máximo, sin contemplaciones de ninguna especie.

Le saluda atentamente,

EL JEFE DEL DEPARTAMENTO DE
PROPAGANDA NACIONAL.

La religión católica se utilizó como reclamo de los más variados productos. Si los censores no consideraron irreverentes las imágenes de cristos, vírgenes y sagrados corazones anunciando específicos contra el dolor, no fueron siempre tan tolerantes, como demuestran algunas sanciones impuestas.
AGA, (3) 60 – 21/1364.

La doctrina ultranacionalista del primer franquismo, en una obsesión por españolizar las costumbres, la moda, el baile o la música, satanizó todo lo extranjero. He aquí la opinión que al régimen le merece la música negra, la cual fue prohibida al tiempo que se potenciaba la música popular y los bailes castizos y tradicionales de España. AGA, (3) 60 – 21/808.



Y.S.T. y de las J.O.N.S.
VICESECRETARIA DE EDUCACION POPULAR
DELEGACION NACIONAL DE PROPAGANDA
Sección de Radiodifusión

ARTICULO Nº 79

Para su emisión por las estaciones privadas de radiodifusión en la forma determinada en la circular nº 115, adjunto le remito el artículo nº79 titulado "PORQUE DOMINGUEO EL LUNES" [illegible]

Por Dios, España y su Revolución Nacional-Sindicalista.

Madrid- 29 de Junio de 1943

EL DELEGADO NACIONAL DE PROPAGANDA
F.D.
EL SECRETARIO NACIONAL

En estos años gloriosos, que surgen [illegible] y últimamente el renacimiento de todos los valores morales de la raza, no podía faltar el responsable resurgimiento del genio transcendentalmente social y político, que marca de una hombría ampla la música.

Por esto se ve con fundada preocupación el desarrollo que puede alcanzar la llamada música negra, y por esto es fundamental motivo de estudio la forma que debería atajar su perniciosa influencia.

Naturalmente no vamos contra el puro folklore, de una determinada especie racial, que, más o menos bello, al fin y al cabo conserva la grande inocencia de lo exótico; al nuestro las obras de trascendental valor artístico que en él se han inspirado, como la "Sinfonía-Nuevo Mundo" de Dvorak, la "Suite Tresantlántica" de Ganchinova, la "Creación del Mundo" de Darius Milhaud o el último tiempo del "Concierto" de Ravel; lo que queremos declarar es la ola de "jazz" estilizado, antimusical y pudiéramos decir antihumano, que Norteamérica, el Norte, hace años que ha llevado a Europa, y que no es otra cosa que una triste mixtificación comercial, realizada a costa de inquebrantables valores musicales originarios.

Nada más alejado de nuestros virriles características raciales; que esas melodías muertas, deliciosas, descoloridas y monótonas, que, como un lamento de impotencia, ablandan y afeminan el alma, adormeciéndola en una enfermiza languidez; nada más lejos de nuestra dignidad espiritual, que esas danzas histéricas, desconcertadas, en las que, la mobilidad numérica de la multitud, la seleccionada corrección del gesto, desdicen a un sicalíptico y protesco contorsionismo.

No podemos ni permitiremos dejarnos arrastrar por el deformador morbo de un [illegible], sin otro mensaje que el de un bajo halago [illegible] de segunda mano.

España es rica con ninguna otra nación en música popular y en bailes castizos y tradicionales: danzas y melodías que responden a una legítima expresión de nuestro temperamento, y que despiertan en nuestro espíritu el más sano y natural, la alegre fuerza moral, con que siempre se dignificaron nuestras horas de genuino esparcimiento.

No es posible permanecer indiferentes ante la atmósfera equívoca y viciada, invitadora a tentativas insoliloquistantes de la voluntad, que crea una nueva estrofa a nuestro temperamental modo de entender la vida, y que atenta contra la locura y a rizada fortaleza que queremos para nuestra juventud.

España es un pueblo [illegible] musical, enérgico y limpio en sus sentimientos colectivos y no ha de dejarse ganar, ni transitoriamente, por la desconocida algarabía de un "jazz" sin justificación artística alguna, ni tampoco por el insinuante reptar de unas melodías que no en adelante deben pretender no tener otra finalidad que la de remover sentimientos bajos del subconsciente, sacos en nosotros, gracias a Dios, por el lucimiento del [illegible] y latino, que, por la [illegible] artística, se fortifica a la luz y al fuego, muestra [illegible].

[illegible] DE

La Iglesia católica bendijo la Cruzada y legitimó el "Nuevo Estado". Éste, por su parte, concedió a la Iglesia un papel preponderante en la sociedad y la educación, e impulsó todo tipo de rituales religiosos. AGA, (3) 60-21/807

P.N.T. y de las J.O.N.S.
VICESECRETARIA DE EDUCACION POPULAR
DELEGACION NACIONAL DE PROPAGANDA
Radiodifusión.

ARTICULO Núm. 2

Para su emisión por las estaciones privadas de Radiodifusión en la forma determinada en la Circular núm. 115, adjunto te remito el artículo núm. 2 titulado "EL GOBIERNO DE FRANCO, GRAN DEFENSOR DE LA RELIGION".

Por Dios, España y su Revolución Nacional-Sindicalista.

Madrid, 10 de Noviembre de 1942.

EL DELEGADO NACIONAL DE PROPAGANDA.

"EL GOBIERNO DE FRANCO, GRAN DEFENSOR DE LA RELIGION"

Ha llegado a nuestro poder el número 205 de la magnífica revista titulada "REINADO SOCIAL DEL SAGRADO CORAZON" que publican en Miranda de Ebro los Reverendos Padres de los Sagrados Corazones. En ella se publica un notable artículo titulado "EL GOBIERNO DE FRANCO, GRAN DEFENSOR DE LA RELIGION", en el que se refleja con toda fidelidad lo que el Gobierno del Generalísimo ha realizado como protector de la Iglesia.

Por tratarse de un artículo realmente interesante y por su autorizada procedencia, vamos a radiarlo a continuación:

"Podemos afirmar rotundamente que España, como tal, el Estado español, como tal Estado, jamás ha practicado una religión oficial más pública, más sincera, más unánime, que la practicada hoy día por la España de Franco, en la que Dios nos ha concedido la dicha de vivir.

Oigamlo bien claro los que, consciente o inconscientemente se dedican a secundar los planes de la masonería, sembrando el confusionismo entre los católicos españoles tratando de presentar como divididos a la Iglesia católica y al Estado español, que -para terror de la nefasta secta- nunca han estado mas estrechamente unidos que ahora.

El culto público, restable cido en toda la pompa de los templos restaurados y de las procesiones reanudadas.

El magisterio ordinario de los Obispos, oficialmente reconocido y respetado con absoluta exención de censura de ninguna clase.....

El clero y los Seminarios, subvencionados en cuanto lo permiten las disponibilidades del Tesoro.....

Los enemigos de la Iglesia, perseguidos por el Tribunal Especial para la represión de la masonería y del comunismo.....

La imágen augusta del Crucificado, presidiendo todos los despachos oficiales, los centros de enseñanza y los Tribunales de Justicia....

La enseñanza del Catecismo, obligatoria para todos los españoles y encomendada precisamente a los sacerdotes.....

La pornografía, eficazmente barrida de todos los quioscos y perseguida policíacamente en sus más ocultos cubiles.....

La censura eclesiástica, exigida oficialmente para la edición de cualquier publicación religiosa.....

La edición de obras condenadas por la Iglesia, terminantemente prohibida por la Vicesecretaría de Educación Popular....

Las obras de misericordia oficialmente practicadas por Auxilio Social, Educación y Descanso, Subsidio a la Vejez, Viviendas Protegidas.....

La dignidad sacramental del matrimonio, reconocida en todo su puesto por el Estado.....

La familia cristiana, eficazmente favorecida con las instituciones de Protección a la Mujer, Protección de Menores, Subsidio Familiar, Guarderías Infantiles, castigo del delito de abandono.....

La justicia cristianamente armonizada con la caridad en el régimen de Tribunales de Penas por el Trabajo.....

El cumplimiento personal, fomentado y presidido por los más altos Jefes del Estado, del Ejército y del Partido.....

El consuelo sacramental de Jesús, entronizado en innumerables centros oficiales.....

María Santísima, públicamente honrada por el Jefe del Estado y sus Ministros en el Templo Nacional del Pilar, Santuario de la Raza.....

Las ciencias religiosas, oficialmente cultivadas en el Instituto Nacional de Teología.....

Las misiones católicas, resueltamente favorecidas por el Ministerio de Asuntos Exteriores.....

El ateísmo bolchevique, heroicamente combatido en su propia madriguera por la División Azul.....

La prensa y radio constantemente al servicio de la propaganda religiosa y definitivamente cerradas a la impiedad.....

La seducción sexual, prohibida; las Ordenes religiosas, restauradas; el divorcio abolido; el delito de blasfemia castigado.....

No queremos hacerme interminable en esta enumeración necesariamente incompleta, de incontrovertibles realidades que ultrajan los estrechos límites de un artículo.....

Pero al hacer de repetir, apoyados en la evidencia de estos hechos completos e inatacables, que la religiosidad de la España de hoy, constituye, para el Mundo de hoy, un remiñete de espiritualidad realizada jamás superado por el que la católica España de antaño haya podido ofrecer a una más fidelas antecesores en el mismo Pontificado....

* * * * * * * *

Indudablemente hay en España, como los ha habido en todas las épocas y los habrá en lo sucesivo, pero serían desleal, ilógico e inmoral pretender generalizar sobre estos defectos y obstáculos que desconocer la abrumadora fuerza demostrativa de estas y otras ciertas realidades.

Un católico español podrá estar o no estar conforme con un determinado personal de tal o cual cargo necorífico o nombrado.

Pero no podrá nunca olvidar que indubrosamente sólo bajo el actual régimen ha establecido para España, sin un total desconocimiento de la realidad y de la historia.

El proyecto de recristianización de la sociedad alcanzó hasta los más recónditos rincones de la vida cotidiana, con campañas contra la inmoralidad y la relajación de las costumbres, entre las que se incluyó la represión de la blasfemia. AGA, (3) 60 – 21/777

ASUNTOS GENERALES

F. E. T. y de las J. O. N. S.

ARCHIVO

8

Delegación Nacional de Educación

Servicio Español del Magisterio

SECCIÓN ASUNTOS GENERALES
PROPAGANDA
ENTRADA
Nº 14
Día 7 Mes de Abril de 1941

PARTE MENSUAL DE NOVEDADES HABIDAS EN MATERIA DE PROPAGANDA DURANTE EL PASADO MES DE MARZO.

Durante el pasado mes de marzo no se ha podido dar la iniciada propaganda proyectada del Servicio Español del Magisterio y sus fines debido a que nuestra Ponencia no han sido aprobados los reglamentos del Primer Consejo Nacional del S.E.M..

Se procede al estudio de los trabajos enviados a la Secretaría Central con destino al Concurso Nacional "Lección sobre la vida y obra del Generalísimo".

En Valencia se ha organizado un concurso para colecionar unos trabajos didáctico-escolares sobre el tema "Imperio" y otros tres sobre "Falangue Juvenil de Franco".

En Badajoz se ha celebrado el segundo ciclo de estudios. Intervino en primer lugar el Delegado Provincial del Instituto Nacional de Previsión sobre el tema "Las Mutualidades Laborales y el Ahorro". Comentó el segundo punto de la Falange el Delegado Provincial de Educación Popular.
El Padre Ilsefonso Olgueros Andrade habló del Maestro catequista y por último el Jefe del S.E.M.

Por avance y radio se ha dado intensa propaganda a los actos de entrega del nombramiento de Jefes de las Juntas Municipales de Primera Enseñanza a los representantes del Servicio Español del Magisterio.

Se está organizando un concurso sobre la blasfemia. A el efecto serán elegidos representantes de niños en cada Escuela y Grupo Escolar, los maestros por todos los adultos, que llevarán el nombre de "Grupos contra la blasfemia", y cuya misión ha de ser reportar por su intervención la delicuencia cometida de blasfemar.

En Navalcarnero se ha celebrado durante los días 21 al 28 de marzo pasado, una exposición del Libro y material escolar, conferencias, revistales, manualidades, etc.

Por el Departamento de Misiones de Guinea de la Delegación Nacional de Educación, se han repartido durante el pasado mes entre la población infantil de esta capital 9.000 entradas para espectáculos.

Por Dios, España y su Revolución Nacionalsindicalista.
Madrid, 5 de Abril de 1941.
EL DELEGADO DE PROPAGANDA
EN EXCUSIÓN,

[illegible] Castillo

Ilmo. Delegado Nacional de Propaganda.- M A D R I D.

FALANGE ESPAÑOLA TRADICIONALISTA Y DE LAS J. O. N. S.

DELEGACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES Y PROPAGANDA

A ASUNTOS GENERALES

1

Secretaría
2ª/4

3887

Como continuación a mi escrito de 3/9/, de 30 de Agosto último, pongo en su conocimiento que cumpliendo órdenes de S.E. el Ministro Secretario General a partir del día de hoy se imponen nuevas restricciones en el servicio de automóviles del Partido, dadas las circunstancias por las cuales atravesamos.

Desde hoy quedan suprimidos los viajes por carretera y solo se concederá autorización a los Delegados Nacionales para aquellos servicios de urgencia y gran necesidad y que no tengan fáciles combinaciones férreas.

Para poder expedir la hoja de ruta, es condición indispensable de que aquella se solicite por escrito y que éste lleve el visado del Vicesecretario el cual esté afecto la Delegación correspondiente.

Mención desde esta fecha sólo se suministrarán a los coches turismos del Partido la cantidad de cinco litros diarios de gasolina.

Por Dios, España y su Revolución Nacional Tradicionalista.

Madrid, 4 de Septiembre de 1.943
EL SECRETARIO NACIONAL

Rozulos

Fdo.: Joaquín Bedellan.

Excmo. Delegado Nacional de Propaganda.- PLAZA.-

La falta de carburante llevó a dictar medidas que prohibían la circulación de vehículos de determinada potencia durante cuatro días a la semana.
AGA (3) 60-21/807

La prensa, totalmente dirigida y controlada, se vio obligada a acatar las consignas del régimen. Cuando la penuria y la escasez fueron demasiado evidentes y comenzaron los racionamientos, el régimen insistió en la culpa de "los rojos". AGA, (3) 60 -21/360

Fia 4

A TODOS LOS JEFES PROVINCIALES DE PRENSA
Y DIRECTORES DE LOS PERIODICOS DE MADRID

Todos los periódicos durante varios días consecutivos dedicarán comentarios a la disposición del Gobierno en la se establecen nuevas normas de racionamiento del pan.

Los comentarios girarán en torno de los siguientes temas, que han de constituir el nervio de la campaña:

1º: Faltan escasas semanas para la recolección de la cosecha de trigo, que según todos los cálculos se presenta en forma tal que asegurará el total consumo anual de España, sin necesidad de acudir a importaciones u otras medidas extraordinarias. Por otra parte, hay que resaltar que se trata de la primera cosecha conseguida bajo el signo total de la Victoria.

2º: Las medidas del Gobierno de acuerdo con los principios de justicia del Estado recaen en proporción inversa a las posibilidades de los españoles. De esta forma, el sacrificio es tanto menor en aquellas clases necesitadas que en las pudientes, que pueden substituir el pan por otros productos alimenticios de fácil adquisición e igual valor nutritivo. Hay que resaltar la especial atención y protección del Estado español a las clases humildes.

3º: La exaltación el estímulo de conciencia y solidaridad de los españoles hacia los que por exigencias de la guerra y de falta de víveres culpablemente ocasionada por los rojos, solo pueden comer pan. Es necesario que cada español vea en su sacrificio un acto de auténtica unión con el resto de los connacionales; por otra parte, que al ser en este sentido comprendidos, crearan una conciencia de hermandad que no conseguirán nunca los egoísmos y las comodidades.

Estos temas serán base de la campaña sobre la que se encarece a los periódicos el esfuerzo en presentarla con toda clase de atención, evitando repeticiones formularias.

Transmítase

EL DIRECTOR GENERAL DE PRENSA

DESTINATARIOS:

Para cumplimiento: Sr. Jefe del Negociado de Información. (Para transmitir a todos los Jefes Provinciales y Directores de la Capital)

Para conocimiento: Excmo. Sr. Subsecretario de Prensa y Propaganda
Sr. Jefe del Negociado de Dirección
Sr. Jefe del Negociado de Control
Sr. Jefe de la Oficina de Censura Central de Madrid.

ASUNTOS GENERALES

ARCHIVO

Falange Española Tradicionalista
y de las Juntas de Ofensiva Nacional Sindicalista

JEFATURA NACIONAL
DELEGACIÓN NACIONAL

Madrid, 24 de Marzo de 1943

Comisario Vicesecretaría de Educación Popular.
PLAZA.-

Estimada camarada:

La Sección Femenina ha comenzado este año el 2º Concurso Nacional de Jotas y Danzas, en el que toman parte todos los grupos folk-lóricos por pequeños que sean, y entre los cuales se organizan competiciones en las cuales van eliminándose unos a otros para llegar a clasificarse uno como ganador nacional, lo que les sirve de aliciente para superarse constantemente. Las canciones y danzas que interpretan estos grupos, son populares, y por tanto del dominio público, siendo los derechos de las mismas propiedad del Estado, por lo que, muestra solicitud de que sea autorizada la Sociedad General de Autores se dirija a condonar estos derechos, y que esta autorización sea de carácter general para las distintas demostraciones por las que pasa el Concurso para llegar a la Prueba final.

Le agradecería me comunicara lo que sobre esto se acuerde.
Un saludo Nacional-Sindicalista de

LA DELEGADA NACIONAL

Pilar Primo de Rivera

MANDO Y PRAXIS
ARRIBA ESPAÑA

Firmado: Pilar Primo de Rivera.

El régimen ensalzó el folclore popular como "esencia" de la España verdadera. La Sección Femenina utilizó la promoción de los bailes y cantos populares como instrumento de propaganda. AGA, (3) 60- 21/777

En las condiciones de penuria y escasez de posguerra, se produjo un rebrote de enfermedades carenciales provocadas por la mala alimentación y otras derivadas de la falta de higiene.
AGA, (3), 60 – 21/808

F.E.T. y de las J.O.N.S.
VICESECRETARIA DE EDUCACION POPULAR
DELEGACION NACIONAL DE PROPAGANDA
Seccion de Radiodifusion

ARTICULO Nº 85

Para su emisión por las estaciones privadas de radiodifusión en la forma determinada en la Circular n º 115, adjunto te remito el artículo nº 85 titulado " TEMA SANITARIO" Por el Dr. Palanca

Por Dios, España y su Revolucion Nacional-Sindicalista.

Madrid, 12 de Agosto de 1.943

EL DELEGADO NACIONAL DE PROPAGANDA
P.D.
EL SECRETARIO NACIONAL

TEMAS SANITARIOS

Comentarios por el Dr. Palanca

El Caudillo en su discurso ante los productores el pasado día 18, ha deslizado un concepto que creo que vale la pena de comentar, sobre todo entre nosotros los Médicos que, enfrascados muchas veces en elevados problemas de ciencia superior, olvidamos principios elementales, pero transcendentales, en la practica diaria.

" Cada comarca- ha dicho el Caudillo- tiene sus problemas peculiares y sus deficiencias sanitarias", Ciertísimo; cada región española tiene sus enfermedades y sus problemas higienicos que es necesario conocer si se quiere actuar con acierto. No se puede ser buen Médico, ni buen Higienista, sin conocer la historia y la geografía de su país. No son los mismos los problemas sanitarios de Cataluña que los de Andalucía y ahora con motivo de la pasada epidemia de tifus exantemático, nuestros sanitarios no han olvidado que la manera de proceder en Jerez de la Frontera, no era aplicable a Bilbao porque hay que contar también con la manera de ser y depensar de las distintas regiones de nuestro país.

No hace aún muchos años que un prestigioso Médico granadino, ya difunto, batallaba por el estudio de la Patología Regional de España. No cuaja la idea, pero no por falta de razon, sino por la de ambiente que las realidades de la vida van creando. Ahora mismo, con este problema de paludismo que nos ha creado la falta de quinina la distribución de los medicamentos que, por fortuna, van llegando para combatir esta enfermedad, se hace precisamente por un previo estudio de estas situaciones locales a que alude el Caudillo. No es la misma la cantidad de Atebrin que hay que enviar a Extremadura que la que se remite a Orense. En Badajoz y sobre todo en Cáceres el problema fundamental es el paludismo y alrededor suyo todos los

demás incidentes sanitarios carecen de importancia. En Orense, por el contrario, con cantidades mínimas insignificantes nos bastan para dominar la situación. Y entre estos dos extremos hay que estudiar todas las gradaciones necesarias. Andalucía con sus focos intensísimos. Levante con la interesante cuestión del cultivo de los arrozales y hasta Madrid con los casos que tanto y tan exageradamente, preocupan a los veraneantes de la vecina Sierra.

Las enfermedades parasitarias solo se presentan en determinadas regiones de España. Andalucía y Levante tienen, casi, la exclusiva de esa curiosa dolencia infantil que se llama Kala Azar. Es tambien cual terreno el que obligo la desinteria amebiana y hasta este capitulo de enfermedades parasitarias - recordando que tenemos posesiones en Africa y una zona de protectorado en Marruecos- para aceptar con entusiasmo la indicación del Generalisimo en su discurso. El Tracoma ciertamente no es privativo de una region determinada pero de donde abunda y constituye un verdadero azote es en las provincias de Murcia y Almeria y en el litoral mediterráneo que las prolonga. Y solo ocupa esa de esta infección que cuesta la vista a miles de personas, es empresa suficientemente importante para toda la vida de un sanitario.

Pues aun hay una enfermedad infecciosa que no es igual nunca ni obedece jamas a las mismas causas. Me refiero a las fiebres tifoideas que anualmente llevan a la tumba a mas de seis mil españoles. De sobra sabemos que la produce un microbio, que se vale en cada ocasion de un método distinto para llegar hasta nosotros. Unas veces con las aguas, otras las verduras, siempre las moscas sin contar los enfermos y aun los sanos sobre los cuales puede vivir sin hacer daño. El Higienista que desde Madrid quiera dictar reglas tajantes para evitar la enfermedad va a caer en un terrible fracaso, porque cada región española, cada capital y aun cada pueblo ofrece una modalidad distinta en la propagación de la enfermedad. Recojamos la indicacion del discurso, que comento, y hagamos un estudio local de las condiciones sanitarias de España, y si no lo hacemos no acabaremos jamas con la fiebre tifoidea.

Fuera del campo de las infecciosas, cada comarca tiene sus producciones y sus costumbres alimenticias que traen alteraciones y enfermedades peculiares a ellas. Entre mil ejemplos que podría citar recuerdese el Bocio endemico en determinadas regiones y recuérdese tambien el caso de las Hurdes.

Pero donde más se hacha de ver la certeza del concepto, es en materia de tuberculosis. Es la infección que más muertes produce. Aproximadamente cada cuarto de hora muere un tuberculoso español. Pero mueren sobre todo en ciertas regiones porque en otras la proporcion es muchísimo menor. La Meseta castellana, la expansión de Madrid, es un enorme sanatorio natural. Algo hay que la defiende contra el terrible microbio de la tuberculosis. Clima, raza, densidad de población o que sean, desde luego mal determinado, pero lo cierto es que aqui la gente se muere menos de tuberculosis que en el litoral en donde Cádiz, Galicia, Asturias, Santander y sobre todo Vizcaya, tienen el triste privilegio de las maximas mortalidades. En la meseta castellana existe una provincia, Teruel, en donde el numero de tuberculosos es tan escaso que sorprende a los tisiólogos extranjeros que no saben explicarse el fenómeno. Por eso el Caudillo que nos conducirá a todas horas para que se completo el armonto antituberculoso de España, nos advierte que ello ha de hacerse sin olvidar las diferencias regionales.

A Falange le fue asignada la nueva organización sindical: un sindicato único de tipo corporativo que integraba a trabajadores y empresarios, basado en la idea de la armonía entre unos y otros, antítesis de la "destructiva" lucha de clases. Los conceptos "patrono" y "obrero", considerados un legado del liberalismo, desaparecieron para ser sustituidos por la figura del "productor", pues la unidad y la hermandad era lo que presidía la concepción nacional-sindicalista del Sindicato Vertical. AGA, (3) 60- 21/807

F.E.T. y de las J.O.N.S.
VICESECRETARÍA DE EDUCACION POPULAR
Delegación Nacional de Propaganda
Sección de Radiodifusión.

ARTICULO NUM. 6

Para su emisión por las estaciones privadas de Radiodifusión, en la forma determinada en la Circular núm. 115, adjunto te remito el artículo núm. 6, titulado "NI DEMAGOGOS NI COMODISTAS".

Por Dios, España y su Revolución Nacional-Sindicalista.

Madrid, 10 de noviembre de 1.942.

EL DELEGADO NACIONAL DE PROPAGANDA

NI DEMAGOGOS NI COMODISTAS.

El Ministro Secretario General del Movimiento fijó en Reus, con ocasión de inaugurarse la I Feria de Muestras de la provincia de Tarragona, las grandes verdades de nuestra doctrina económica y social, que ya señaló, atinadamente, en su discurso del 21 de julio, en Valencia, pronunciado ante 200.000 productores.

Se hace imprescindible escuchar una voz tan autorizada como la del camarada Arrese que despeje, airosamente, las nieblas que mueven los enemigos de la Falange para enturbiar la pureza de la altísima doctrina nacional-sindicalista.

Afirmó ya en Valencia, el Ministro, que nosotros queremos, en primer lugar, espiritualizar la vida. No podemos, pues, conformarnos con el materialismo marxista y considerarnos dentro de un único problema económico y digestivo. Queremos también nacionalizar totalmente a España, geográfica y económicamente, y queremos implantar la justicia social.

El liberalismo sentía al obrero como a un vendedor de trabajo y al empresario como a un comprador que se lo adquiría como podía comprar una máquina o cualquier materia prima. Era, por lo tanto, el empresario, el único productor. Para el marxismo, socializante o comunista, el capital era una invención burguesa para desplazar al obrero de los beneficios de la producción. Había, pues, que exterminarle acudiendo a la lucha de clases. Es decir, el marxismo representaba el odio; el capitalismo significaba la ambición desmedida. Estas dos equivocadas teorías están montadas sobre los dos grandes mitos de la compraventa del trabajo y de la lucha de clases. En ellas, el empresario, el técnico y el obrero se hacen, necesariamente, enemigos.

El Nacional-Sindicalismo rechaza el trabajo como mercancía. El técnico y el obrero no venden su trabajo. Son socios que se unen armoniosamente al capital para producir, dentro todos de una misma empresa. No aceptamos, como el marxismo, que la mano de obra es la única productora, pero tampoco admitimos, como el capitalismo, que lo es el capital. Creemos en el Sindicato vertical que agrupa estos tres productores -empresario, técnico y obrero- al producto, ligando así la materia prima al mercado y rompiendo ilícitas competencias que lesionan la justicia social.

No somos energúmenos, ni demagogos, ni atacamos al capital, sino al capitalismo. Pero no olvidamos el peligro del comodismo. No olvidamos que la guerra se hizo para unir a los españoles en una tarea superior y lograr plenamente la Patria, el Pan y la Justicia, que hacen del gobernante el defensor del débil.

* * * * *

F.E.T. y de las J.O.N.S.
VICESECRETARÍA DE EDUCACIÓN POPULAR
Delegación Nacional de Propaganda
Sección de Radiodifusión.

ARTICULO NUM. 9

Para que sea radiado por las emisoras privadas de Radiodifusión, con arreglo a las instrucciones contenidas en la Circular núm. 115, se transcribe a continuación el artículo núm. 9, titulado "JUSTICIA SOCIAL".

Por Dios, España y su Revolución Nacional-Sindicalista.

Madrid, 12 de noviembre de 1.942.

EL DELEGADO NACIONAL DE PROPAGANDA

JUSTICIA SOCIAL

Una de las primeras tareas de la nueva España es la implantación de la justicia social. Esta ha sido y es, desde el primer día de nuestro Alzamiento, preocupación primordial de nuestro Caudillo.

Los pueblos pueden soportar la escasez circunstancial de los medios materiales; pero los pueblos no pueden tolerar la desigualdad y la injusticia. Por eso se levantó España en un 18 de julio: para derrocar un poder que se asentaba en el atropello y la arbitrariedad. Y por eso, la gran batalla en la que se empeña el Nacional-Sindicalismo, es la batalla de una distribución justa de la riqueza española.

El Ministro Secretario del Partido, en todos sus discursos, ha reiterado con firmeza su preocupación por los problemas económicos. En Valencia, hace poco más de un año, dijo estas clarividentes palabras: "Queremos implantar la justicia social y para ello no tenemos más que dos caminos: implantar la justicia entre los tres brazos de la riqueza: propiedad, trabajo y capital, e implantar la armonía en los tres elementos de la producción: empresario, técnico y obrero".

Ahora, recientemente, en Rgua, el Ministro Secretario camarada Arrese, vuelve sobre esta cuestión palpitante. Señala con claridad meridiana cómo el liberalismo con su dejar hacer facilitaba la victoria del fuerte sobre el débil; y el marxismo, con su siembra de odios, desequilibraba la marcha de la producción.

Conviene considerar que el capital, el empresario y el obrero no pueden ser enemigos, sino que son elementos esenciales generadores de riqueza. Y que deben laborar unidos para disfrutar juntos de unos beneficios obtenidos en común para el logro del bienestar público.

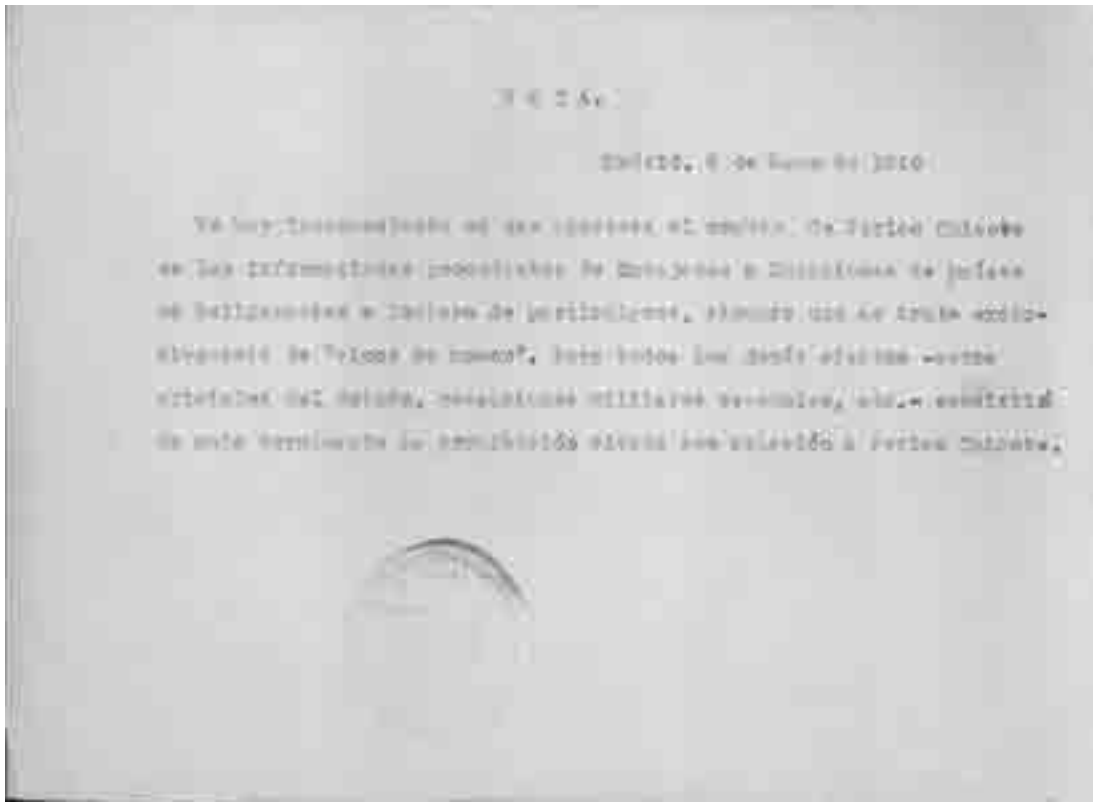
Buscar esta armonía entre los elementos productores es misión esencial de la Falange del Caudillo. El nuevo Estado es el encargado de velar por que los españoles se entreguen a su trabajo fraternalmente, conscientes del valor que cada uno representa en la gran empresa de la reconstrucción patria. Nadie puede eludir su esfuerzo a la gran tarea colectiva. No hay unidad posible en un afán, si no existe una equitativa justicia social. Para lograrla, se han creado y funcionan los sindicatos, tanto desde el punto de vista de los productores como del empresario. Subordinación que empieza en el aprendiz y que llega en el más elevado empresario. Ordenación que comienza en la materia prima y llega a los grandes mercados nacionales.

Organizando así la economía española, considerando a cada productor y a cada fase de la producción en un todo armónico para alcanzar el bien común, es como podremos llegar a la plena victoria de España: "la victoria que lleve dentro de sí el germen de otra victoria mayor; el poder hacer una, sola y grande España para todos los españoles".

* * * * *

CAMARADA DELEGADO PROVINCIAL DE EDUCACION POPULAR.

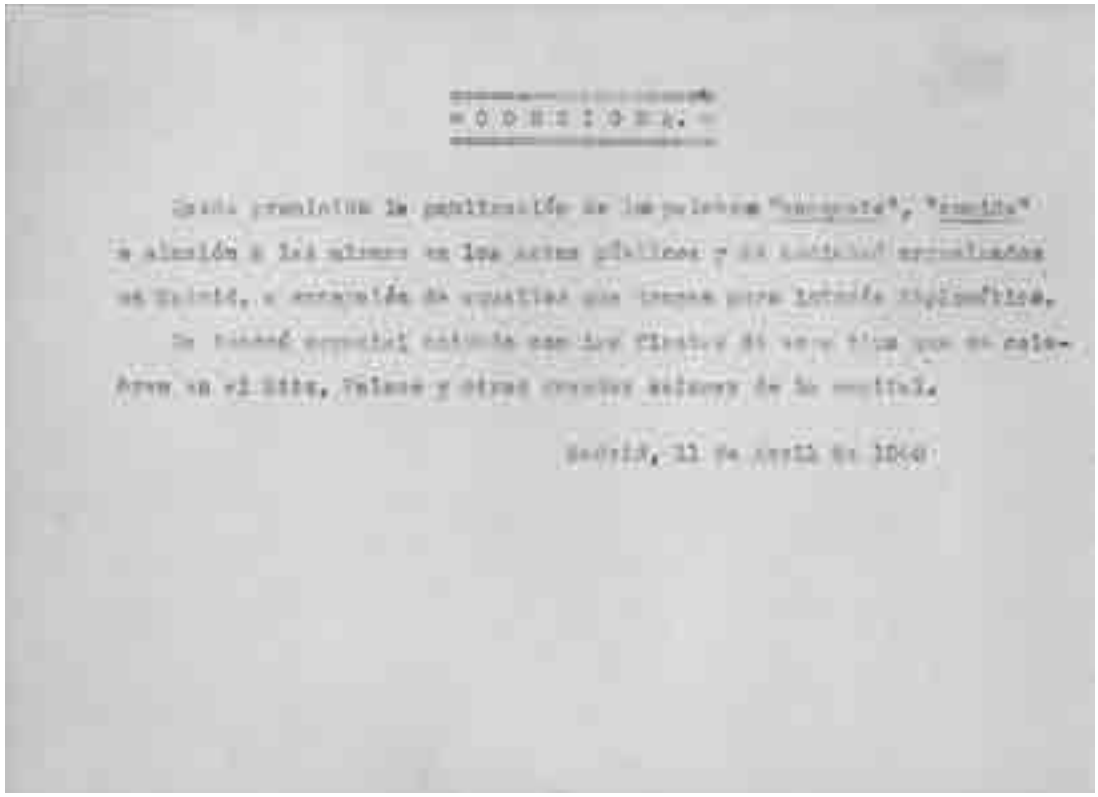
Para que el despilfarro y los continuos fastos de la vida de los ricos apenas trascendiesen, se impuso una rígida censura en los medios de comunicación y las alusiones a "banquetes" quedaron prohibidas. Los agasajos servidos por el "barman" de moda, Perico Chicote, en actos oficiales, fueron expresamente prohibidos para tratar de disimular el abismo existente entre la mayoría hambrienta y la minoría que podía permitirse todos los lujos.
AGA, (3), 60– 21/360



N O T A.

Madrid, 6 de Enero de 1940

Ya hay [illegible] de que [illegible] el nombre de Perico Chicote en las informaciones periodísticas de Madrid a Consejeros de Jefes de Delegaciones e Delegados de periódicos, ahora que se trata «Administrador de Telecos de Madrid». Pero todos los desfiles ante [illegible] de [illegible] militares [illegible], [illegible] de este terminante [illegible] [illegible] a Perico Chicote.

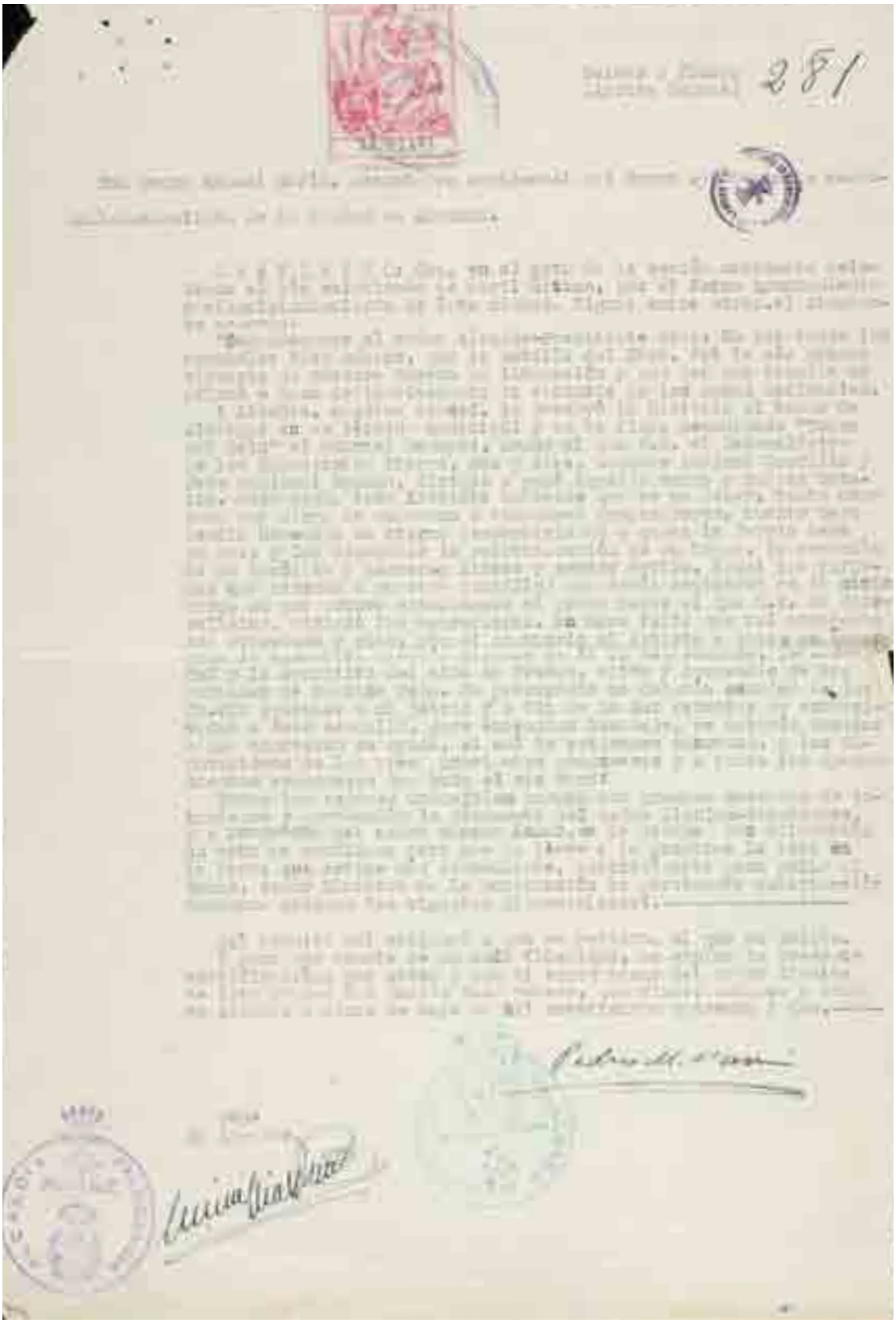


= O R D E N =

Para evitar la publicación de las palabras "banquete", "[illegible]" [illegible] alusión a los mismos en los actos públicos y de carácter [illegible] de Madrid, a excepción de aquellos que tengan para [illegible] diplomática.

Se [illegible] estricto con los [illegible] de [illegible] que se celebren en [illegible], [illegible] y otros [illegible] de la capital.

Madrid, 11 de [illegible] de 1940



En muchos lugares se erigieron monumentos para recordar la Cruzada. AGA (3) 48- 21/65 (p. 287-289)

[illegible]

[illegible] Y.E. [illegible] años.

Madrid, 11 de julio de 1949.

EL DIRECTOR GENERAL,

Ilmo. Sr. Delegado Nacional de Propaganda. - Vicesecretaría de Educación Popular.

A ASUNTOS GENERALES

Núm. 281

V/I.

MINISTERIO DE LA GOBERNACION

DIRECCION GENERAL DE ARQUITECTURA

MADRID

SALIDA Nº 7248

En relación con el proyecto de Cruz conmemorativa del lugar en dónde S.E. el Generalísimo de España tuvo un Cuartel General durante la batalla del Ebro, redactado por los arquitectos Yarza y Allanegui,

Se ha emitido con fecha de 11 del actual, por la sección de Edificios; arquitecto informante: D. Luis Villanueva, el siguiente informe que tengo el honor de elevar a V. I.

La disposición adoptada es la de un templete de planta cuadrada, formado por cuatro columnas de piedra que sostienen una cubierta de teja árabe a cuatro aguas. Dentro de dicho templete se aloja una Cruz de cerrajería sobre un pedestal de piedra labrada. El conjunto se eleva sobre una plataforma bordeada por tres gradas de piedra. Entre las columnas se disponen barandillas de cerrajería que son practicables en el lado principal.

El Monumento así descrito está correctamente tratado en su conjunto, y en los detalles. Asimismo, están satisfactoriamente elegidos los materiales propuestos para los diferentes elementos constructivos de que consta.

Por lo expuesto, estima el arquitecto que suscribe que puede aprobarse el Proyecto que nos ocupa.

EL SECRETARIO TÉCNICO,

P.A.

Juan del Corro

Y hallándose conforme esta Dirección General con el prein-

Cartel para mostrar en los escaparates de los comercios en recuerdo del asesinato, el 13 de julio de 1936, de José Calvo Sotelo, suceso que precipitó el alzamiento militar que desencadenó la guerra civil. La Censura Plástica autorizó esta iniciativa privada puesto que se trataba de un "protomártir de la Cruzada", pero censuró con el consabido lápiz rojo el cargo y partido político en que había militado, ya que los partidos políticos estaban prohibidos en el franquismo.
AGA (3) 48 -21/64 (p. 290-293)

VICESECRETARIA DE EDUCACION POPULAR
DELEGACION NACIONAL DE PROPAGANDA
SECCION DE CENSURA DE PUBLICACIONES

C6855313

Expediente núm. 630
Registro núm. 1943

ARRIBA ESPAÑA
25 CENTIMOS

Ilmo. Sr. Delegado Nacional de Propaganda

El que suscribe E. Berdejo Casañal

con domicilio en Zaragoza calle Requeté Aragonés núm. 9

solicita la autorización que exige la Orden de 29 de abril de 1938, y disposiciones complementarias, para la edición siguiente:

Autor Gabriel Valero

Título Estampas Calvo Sotelo

Editor E. Berdejo Casañal | Domiciliado en Zaragoza
Calle Requeté Aragonés núm. 9

Clase de Impreso, Libro o Folleto Cartel

Caracter .....
Religioso
Científico
Literario
Documental sí
Artístico
Infantil

Matiz político ninguno

Volúmen una sola hoja

Formato 25 x 35

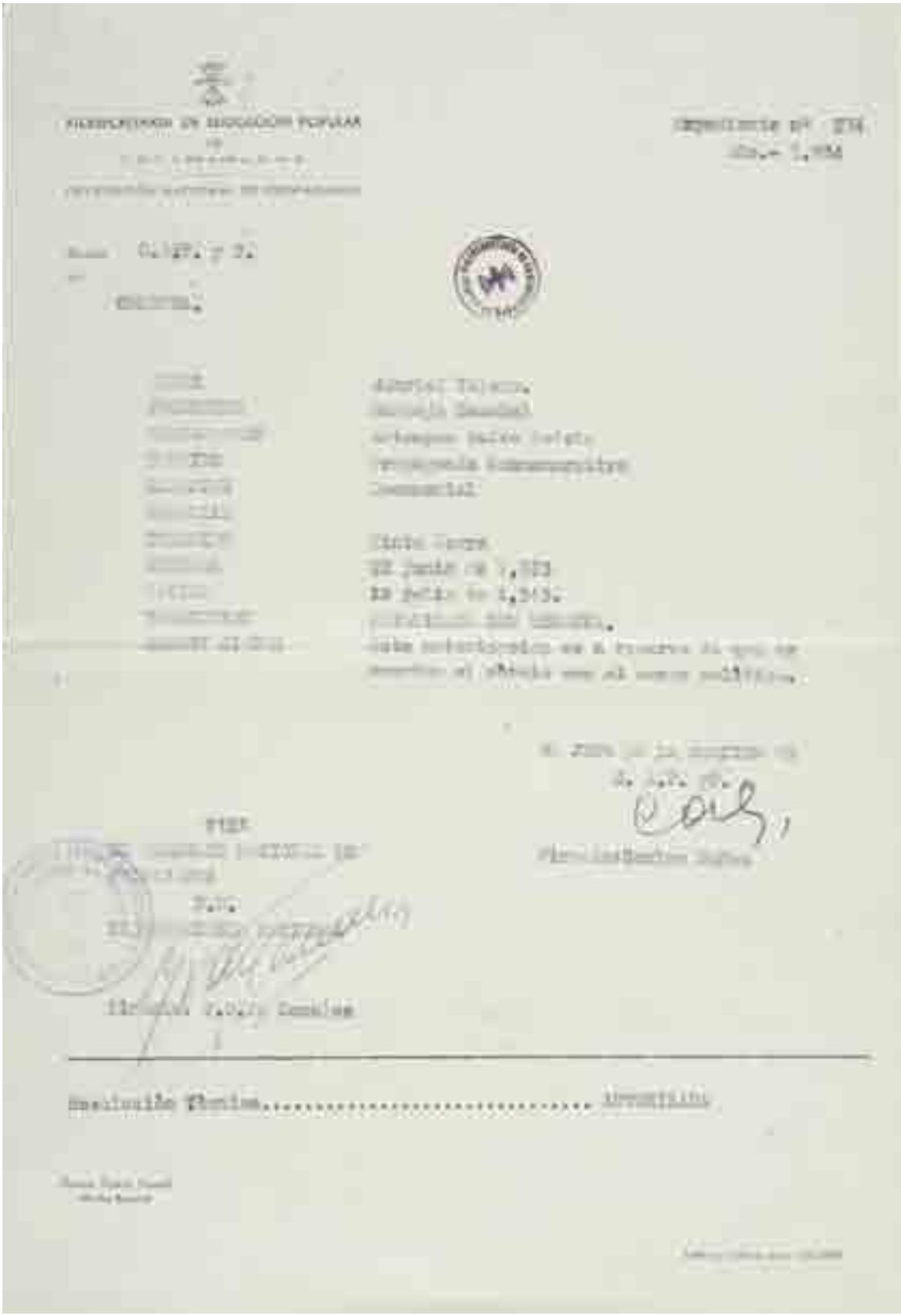
Tirada 2.000 ejemplares

Clase de papel Alfa blanqueado

Zaragoza 22 de Junio de 194[illegible]

El Solicitante,

Ilmo. Sr. Delegado Nacional de Propaganda.



EXCMO. SR. D. JOSE CALVO SOTELO

LA ACEPTACIÓN DE ESTA FOTOGRAFÍA ES TOTAL Y ABSOLUTAMENTE VOLUNTARIA, Y DESDE LUEGO GRATUITA; PERO AL ACEPTARLA, SE VIENE OBLIGADO A COLOCARLA PRECISAMENTE PEGADA LIGERAMENTE EN EL CRISTAL DEL PRINCIPAL ESCAPARATE DEL ESTABLECIMIENTO, DE CARA A LA CALLE, EN FORMA BIEN VISIBLE AUN A DISTANCIA.

[HA PRECISO PARA SU COLOCACIÓN] EL LUNES 12 DE JUNIO, AL COMENZAR LA JORNADA DE TRABAJO A LAS SIETE DE LA MAÑANA, PARA RETIRARLA EL MIÉRCOLES, DÍA 14, A LAS OCHO DE LA TARDE.

BANDERAS DE ESPAÑA
Grupo 1.- Combatientes de la Cruzada
5ª

Francisco Sevillano Calero

Política propagandística del «nuevo Estado»: El control de la «propaganda comercial»

Los sucesos del golpe de Estado de los días 17 y 18 de julio de 1936, que desencadenó una parte de la oficialidad del ejército español, quebraron el Estado de derecho sin conseguir la ocupación del poder en la República. El fracaso de la rebelión militar provocó una situación de guerra, en la que la ocupación de la capital, Madrid, continuó siendo el objetivo primordial.

Estas circunstancias supusieron, en el contexto histórico de ascenso de los movimientos fascistas –como ocurrió en la tercera oleada de regímenes dictatoriales que extendió el totalitarismo en Europa tras 1933–, que la principal diferencia del «nuevo Estado» español radicara en su instauración durante una larga guerra civil desde el verano de 1936. El régimen de la «España nacional» se configuró a partir, no sólo de la subordinación internacional en la imposición de un «nuevo orden», sino también de la particular experiencia de concentración del poder en torno a los jefes militares rebeldes y de la debilidad originaria de un movimiento netamente fascista.

Además de su institucionalización, la legitimación del «nuevo Estado» español también se fundamentó en la guerra: como bellum iustum, subsistiendo una «causa justa» a la rebelión militar, teniendo sus protagonistas una recta intención; como «guerra total» que había de acabar con la destrucción total del enemigo, políticamente tenido como «absoluto», desvalorizado moralmente hasta deshumanizarlo. La guerra civil fue concebida, así, como «cruzada nacional» contra la anti-España.

El castigo y la relegación y subordinación de los «vencidos» en la guerra fueron límites a su captación en la comunidad política, encarnación de España: la redención de las culpas, y su estigmatización, lastraron la adhesión de los «vencidos», sin menoscabo de la legitimidad del «nuevo Estado» –enraizada en un exacerbado nacionalismo, pero sancionada esencialmente por la victoria militar.

1

En el ascenso y la consolidación de los fascismos europeos, la conformación ideológica, la «nacionalización» de las masas –además de por la enseñanza, a través de la propaganda y la movilización–, se reducía a participar de los sentimientos de identificación con la comunidad política: fidelidad a ésta y lealtad nacional que configuraron la legitimidad de los regímenes dictatoriales fascistas. La tendencia fascistizante del «nuevo Estado» fue mayor, precisamente, en los resortes del poder orientados hacia la manipulación de las masas, como eran los mecanismos propagandísticos y la política laboral y social; en concreto, se produjo a través de aquellos organismos de la administración controlados por el falangismo del partido único, FET y de las JONS: el Ministerio de Interior –a lo largo de 1938, luego de la Gobernación– y el Ministerio de Trabajo y los sindicatos. Ámbitos que habían de servir –siguiendo el ejemplo italiano– para la construcción de un Estado totalitario. Así, además de las competencias en materia de prensa y propaganda –a través de los respectivos Servicios Nacionales y, después, de una Subsecretaría de Prensa y Propaganda en el Ministerio de Gobernación–, una parte importante del aparato propagandístico permaneció bajo el control directo del partido único, en especial las cadenas de prensa y radio pertenecientes al Movimiento.

La idea de Estado totalitario –como expresión de la comunidad nacional, propugnada por el sector falangista– entró, sin embargo, en contradicción con el inmovilismo y los intereses meramente reaccionarios de una parte de los militares del entorno del general Franco y de los grupos más conservadores del régimen, que la guerra había unido. En particular, el control de los resortes ideológicos y propagandísticos provocó tensiones desde los comienzos del «nuevo Estado»: por una parte, porque las pretensiones de Falange Española toparon con la paulatina formación de un organismo de propaganda en torno al Cuartel General del Generalísimo, en Salamanca –la Delegación del Estado para Prensa y Propaganda, cuya labor esencial fue promover a Francisco Franco a la figura de «Caudillo» carismático–; por otra, sobre todo después de la unificación, porque la política cultural y la enseñanza –entre los medios de poder más intervenidos tras la conquista del Estado por los fascismos europeos– quedaron en manos de tradicionalistas y católicos, con una penetración marginal de Falange. Las disputas por el control del campo cultural en el «nuevo Estado», sobre todo hasta la formación del primer gobierno del general Franco el 30 de enero de 1938, tomaron la forma de un conflicto de definición mediante el que cada grupo en liza intentó establecer –también jurídicamente– los límites del campo de la cultura según sus intereses.

En el ámbito de la información, tal delimitación jurídica ocurrió con la Ley de Prensa promulgada el 22 de abril de 1938. La información se concibió sobre el principio de la subordinación de la prensa, y en general de todos los medios de comunicación, a la autoridad del Estado como principal garante del «orden» y del «bien común». Este presupuesto, amparado jurídicamente en la proclamación del estado de guerra, se tradujo en el control de la información por la censura militar durante los primeros momentos de la guerra civil. No obstante, el control de la política informativa por Falange incidió en los términos de la Ley de Prensa y, en general, de la política informativa de aquellos años. Así, fue estableciéndose –como ocurrió a través de la Vicesecretaría de Educación Popular, organismo de la Secretaría General del Movimiento creado el 20 de mayo de 1941– un marco legal que sancionaba la intervención estatal de los medios de comunicación a partir de una concepción totalitaria de la propaganda, orientada a la creación de una «cultura popular» y a la formación de una «conciencia nacional», según el ejemplo sobre todo del régimen fascista italiano.

Pero la Ley de Prensa sirvió esencialmente para sancionar el control de la información por el Estado frente a la línea de exclusividad que proclamaba el partido único. En el ámbito de las relaciones entre el Estado y FET y de las JONS, esto se fue concretando a nivel institucional y en las tácticas a seguir según la evolución política general a partir de 1941 y, sobre todo, una vez acabada la guerra mundial. Un desenvolvimiento que fue consecuencia de la adaptabilidad de la dictadura a las cambiantes circunstancias del contexto

internacional y de las mismas contradicciones internas del poder franquista.

2

Si a través de la adscripción de competencias en los organismos pertinentes, y de la delimitación de un marco legal, el Estado intervino la depuración y el registro del oficio periodístico, así como la censura previa de la información, también sometió a su control otras formas de propaganda. Tal ocurrió, en principio, con el empleo comercial de los símbolos del Movimiento, artículos que fueron llamados «propaganda comercial». Para el control de su fabricación y venta, la Jefatura Nacional de Prensa y Propaganda de Falange Española de las JONS creó el Departamento de Propaganda Comercial, dependiente de la Secretaría General del Servicio Nacional de Propaganda. Este Departamento estaba dividido en cuatro secciones: Control –de la producción de propaganda comercial por fabricantes particulares–, Censura, Intervención e Inspección. La sección de Censura debía comunicar a los interesados, previo informe del Departamento de Plástica, la autorización o denegación de la propaganda a realizar. La inspección de si los interesados presentaban el modelo exacto de la propaganda a fabricar para su censura estaba a cargo de la sección de Intervención; mientras que la vigilancia de la propaganda comercial que había en el mercado correspondía a la sección de Inspección, que debía informar a la sección de Control de las infracciones y ocultaciones que se descubriesen.

Para conseguir la necesaria autorización de censura y fabricación de propaganda comercial, debía hacerse una solicitud por medio de un modelo, entregado por duplicado, y adjuntando un dibujo a escala de la propaganda. Una vez autorizada la fabricación, el Departamento de Propaganda Comercial notificaría a la Secretaría Técnica Administrativa que emitiese los sellos de control por una cantidad igual a las unidades a realizar. De este manera, ningún artículo de propaganda comercial podría venderse sin control. Las Delegaciones Provinciales de Propaganda distribuirían los recibos de las licencias de venta para los comerciantes que quisieran expender propaganda, con una validez de un año a partir de la fecha en que fuesen extendidos. El delegado provincial sería el responsable de clasificar los recibos –de 1ª clase, por importe de 25 pesetas; de 2ª clase, de 20 pesetas; y de 3ª clase, de 15 pesetas–, debiendo las Delegaciones Provinciales de Propaganda liquidar mensualmente a la Secretaría Técnica Administrativa el importe por este concepto, reservándose un 30% y transfiriendo el 70% restante al Servicio Nacional de Propaganda. Así, en las instrucciones para la nueva organización de las Delegaciones Provinciales y las Jefaturas Locales de Propaganda Comercial se afirmaba que

> no solamente es conveniente el cumplimiento exacto de estas normas de Propaganda Comercial para el control perfecto de la misma por parte de los camaradas que anteriormente indicamos, sino que será un medio de que las Jefaturas Locales y provinciales de Prensa y Propaganda tendrán un ingreso saneado para poder organizar con mayor desenvoltura otra clase de propaganda dentro de su jurisdicción correspondiente.

La regulación de la «propaganda comercial» cuidó particularmente de conservar «con toda su pureza el prestigio de los nombres gloriosos que se han destacado en nuestro Movimiento Nacional», según la sucinta exposición de motivos de la Orden de 29 de octubre de 1937 de la Secretaría General de la Jefatura del Estado. A tal efecto, se dispuso que no podrían ser utilizados como nombres, marcas comerciales o títulos de establecimientos, ni emplearse directa o indirectamente en la publicidad, los nombres de «los héroes, mártires y figuras destacadas de la Causa Nacional y los de los lugares donde se han desarrollado las gestas brillantes de la liberación de España». Las marcas o concesiones existentes comprendidas en la prohibición quedarían anuladas en el plazo de dos meses. Sólo la Delegación del Estado para Prensa y Propaganda sería competente en el control, regulación y sanción de las posibles infracciones. Específicamente, la reproducción por cualquier procedimiento de efigies del Caudillo y figuras destacadas del Movimiento Nacional sería sometida a la única censura de la Delegación del Estado, que también atendería los casos dudosos.

Unas semanas después, el 12 de noviembre, la Jefatura de la Sección Comercial del Departamento

Nacional de Propaganda del partido único, FET y de las JONS, emitía una circular sobre las condiciones reguladoras de la fabricación y venta de artículos de propaganda con los colores y emblemas de Falange. Esta nueva orden autorizaba provisionalmente la venta de estos artículos de propaganda ante las numerosas súplicas de los comerciantes, asegurando «no quer[er] paralizar ni perjudicar la vida comercial, principalmente de aquellos pequeños industriales que se dedican a esta clase de ventas». La circular incidía inmediatamente en lo ya dispuesto para su comercialización. La venta no podrían realizarla más que los comercios que tuviesen la licencia correspondiente, advirtiendo que quienes no la tuvieran debían solicitarla urgentemente a su Delegación Provincial de Propaganda. Asimismo, se recordaba a todos los comerciantes la obligación de enviar lo más rápido posible a dicha Delegación Provincial relaciones juradas de los artículos de propaganda existentes en su poder, detallando su procedencia de fábrica. Por último, se señalaba que los comerciantes sólo podrían adquirir, en lo sucesivo, artículos a aquellos fabricantes, agentes de venta y representantes que previamente exhibieran el permiso de fabricación expedido por la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda de FET y de las JONS, y cuyos artículos estuvieran controlados por dicha Delegación. Por su parte, en la circular también se avisaba a todos los fabricantes de la obligación ineludible de solicitar el permiso pertinente a la Delegación Provincial de Propaganda, advirtiendo que sin él no podrían distribuir ni vender tales artículos comerciales.

La conformación del aparato estatal según el proceso que siguió a la Unificación –que el jefe del Estado y generalísimo de los ejércitos, Francisco Franco, decretó el 19 de abril de 1937– restringió las competencias de FET y de las JONS también en el ámbito de la propaganda, sobre todo en materia de censura y control. Tal y como se legisló por Orden de 27 de abril de 1939:

> Debe el Estado velar por la dignidad y decorosa representación de sus propios símbolos, figuras y consignas, así como de los propios del Movimiento y de los Ejércitos Nacionales y de las representaciones de la Historia de España, del heroísmo de los españoles.
>
> Colores, armas, emblemas, símbolos, leyendas, nombres y episodios constituyen un patrimonio entrañable y son vehículo de emoción nacional que no puede ser utilizado libremente con fines privados ni disminuido con torpes deformaciones.
>
> No sólo como fácil manera de exteriorizar sentimientos patrióticos, sino con fines comerciales en la mayoría de los casos, se ha hecho uso abundante de todos ellos y aún abuso, y, lo que es peor, sin que la exactitud en su reproducción se conservara y sin que la belleza de los mismos correspondiera a la intención que animó a reproducirlas.
>
> Es preciso, pues, devolver todo el pulcro decoro debido a las representaciones citadas y devolver al Estado su plena función de control y vigilancia en cuanto a la materia se refiere.

En consecuencia, se dispuso que el Estado se reservaba, por medio del Servicio Nacional de Propaganda, anejo al Ministerio de la Gobernación, la competencia de emplear y difundir las armas de España; los colores, banderas y emblemas nacionales, y de FET y de las JONS; los lemas, consignas y nombres del Estado y el Movimiento; las representaciones de figuras, episodios o lugares de la historia de España y de «la Guerra y revolución»; y las fotografías o representaciones de personalidades oficiales del régimen y de los Ejércitos.

El Servicio Nacional de Propaganda quedaba facultado, así, para autorizar a particulares o empresas comerciales la fabricación y explotación de artículos en que se utilizaran estos símbolos y representaciones, quedando sometidos tales objetos a su intervención y censura. Las autorizaciones en exclusiva se concederían mediante concurso público, que sería resuelto por el Ministerio de la Gobernación a propuesta de una Junta integrada por el subsecretario de Prensa y Propaganda, el jefe del Servicio Nacional de Propaganda –en calidad de vicepresidente–, el secretario general de Propaganda –a modo de secretario–, el jefe del Departamento de Plástica y el de la Sección de Administración de dicho Servicio Nacional de Propaganda, el interventor delegado del Ministerio de Hacienda y el asesor jurídico del Ministerio de la Gobernación.

Las disposiciones de esta Orden entraban en vigor, para los materiales ya autorizados por el Servicio Nacional de Propaganda, a los tres meses de su publicación; tiempo durante el que los co-

merciantes de dichos artículos debían proceder a la liquidación de los que tuvieran en existencia, mientras que los comerciantes en posesión de materiales no autorizados debían hacerlo en el plazo de un mes. Todos recabarían el consiguiente permiso para ventas posteriores a tales fechas. La Jefatura del Servicio Nacional de Propaganda podía imponer sanciones pecuniarias hasta un máximo de diez mil pesetas, e incluso proponer al Ministerio de la Gobernación otras mayores, además de establecer el decomiso de los objetos prohibidos. Contra las medidas impuestas por la Jefatura del Servicio Nacional de Propaganda cabía recurso de alzada ante el Ministerio de la Gobernación en un término de ocho días, previo depósito de la multa.

3

Si se debía controlar su empleo comercial –de los símbolos nacionales y del Movimiento, sus figuras y representaciones patrióticas–, también había que imprimir semejante sentido del decoro y la oportunidad a la propaganda política. Salvo en fechas señaladas, la propaganda no podía ser mera pompa ni limitarse a la organización de festejos. En tales términos se dirigió la Jefatura del Servicio Nacional de Propaganda, del Ministerio de la Gobernación, a todas sus Jefaturas Provinciales mediante circular de 7 de junio de 1939:

> Cumplida gozosamente la celebración de la Victoria y con ella el tiempo en que la propaganda se vio naturalmente levantada por los acontecimientos, más aparente que eficaz, interesa a esta Jefatura ordenar en un mejor sentido la propaganda del Estado y del Movimiento considerando que se cumple una época y que se inicia otra de más sólida función. Desterramos de nuestro criterio un torpe sentido de la propaganda que daba a conocer el Estado como se da a conocer un producto, propaganda abundante en adjetivos y un poco aturdida y aturdidora en sus fórmulas de difusión; rechazamos igualmente el sentido, por desgracia demasiado general, de que la propaganda es algo así como una permanente comisión de festejos encargada de organizar los alboroques nacionales.
>
> No significa crítica del tiempo pasado ni de los procedimientos, acaso necesarios, que la propaganda llevó, nuestro criterio actual de orientarla hacia otro sentido, aun cuando suponga un esfuerzo considerable imponerlo así.

Al respecto se informaba que estaba previsto un sistema económico para decoro y holgura de la labor propagandística, a fin de evitar el abandono en que se hallaban las Jefaturas Provinciales, que habían tenido que suplir económicamente lo que el Servicio Nacional no pudo procurarles. Asimismo, se comunicaba que ya existía, estipulada claramente, «la misión auténtica de la propaganda en todo su valioso alcance político, con sus consecuencias de autoridad a quienes desempeñan sus cargos, y sus consecuencias también de responsabilidad para los mismos». Para su conocimiento se anunciaba la próxima celebración de un Consejo Nacional de Propaganda, en Madrid, con asistencia de todos los jefes provinciales.

De manera más inmediata, las Jefaturas Provinciales de Propaganda debían procurar que desapareciese de numerosas ciudades españolas su aspecto «como de fiesta permanente, con excesiva presencia de carteles, arcos y banderas que es necesario administrar en lo sucesivo con finura mayor». De igual forma, había que despojar escaparates y vitrinas de «esas caprichosas interpretaciones con que se adornan por adhesión popular las figuras de los hombres representativos de nuestro Movimiento y nuestros emblemas y consignas». Una vez cumplida la celebración de la victoria, semejante apariencia se reservaría para las fechas oportunas, evitándose toda excesiva prodigalidad, excesos que no convenían si quería dársele valor a las pertinentes celebraciones.

Este cuidado fue terminante prohibición de emplear vocablos extranjeros en la publicidad comercial, de manera que su control administrativo también procuró elevarla a un sentido político, exacerbadamente nacionalista. Así fue dispuesto por Orden de 16 de mayo de 1940 del Ministerio de la Gobernación:

> No por un mezquino espíritu de xenofobia, sino por exigencias del respeto que debemos a lo que es entrañablemente nuestro, como el idioma, precisa desarraigar vicios de lenguaje que, transcendiendo del ámbito parcialmente incoercible de la vida privada, permiten en la vida pública la presencia de modas con apariencia de vasallaje o subordinación colonial.

> Es deber del Poder público, en la medida que ello es posible, reprimir estos usos, que contribuyen a enturbiar la conciencia española, desviándola de la pura línea nacional, introduciendo en las costumbres de nuestro pueblo elementos exóticos que importa eliminar.

En virtud de ello, quedó prohibido en rótulos, muestras, anuncios y lugares y ocasiones análogos el empleo de vocablos genéricos extranjeros como denominaciones de establecimientos o servicios de recreo, industriales, mercantiles, de hospedaje, de alimentación, profesiones, espectáculos y otros semejantes. Tales denominaciones debían desaparecer en el plazo de un mes, vigilando los gobernadores civiles y los alcaldes el cumplimiento de esta norma e imponiendo a los infractores las sanciones gubernamentales correspondientes.

Esta prohibición de las denominaciones en lengua extranjera también afectó, por Orden de 20 de mayo de ese año del Ministerio de Industria y Comercio, a marcas, nombres comerciales, rótulos de establecimientos y cualquier otra modalidad de propiedad industrial. Los afectados tenían dos meses de plazo para efectuar las modificaciones oportunas mediante la traducción de la denominación al castellano. No obstante lo dispuesto, por otra Orden de 8 de julio de 1940 se exceptuaron las marcas destinadas a la exportación, las depositadas en la Oficina Internacional de Berna con anterioridad a la prohibición, y los nombres comerciales o marcas constituidos por palabras caprichosas que no pertenecieran a ningún idioma o dialecto ni derivadas de ellos, así como las redactadas en latín u otra lengua muerta. Asimismo, se especificaba que no se considerarían denominaciones extranjeras las de lugares geográficos debidamente traducidos al castellano, ni los apellidos pertenecientes a los dueños, lo mismo que las marcas ya registradas que careciesen de traducción literal al castellano.

El pertinente cumplimiento de estas disposiciones fue reiterado a los gobernadores civiles por orden circular del subsecretario de la Gobernación de 1 de mayo de 1941, que asimismo recordaba la circular de 23 de noviembre de 1939, de ese mismo Ministerio, en la que se indicaba la conveniencia de sustituir con palabras castizas los vocablos exóticos de uso corriente en el idioma español. Y de los vocablos, se prohibió en particular, por Orden de 17 de mayo de 1941 del Ministerio de Asuntos Exteriores –completada con otra de 20 de mayo–, el libre uso de la palabra «hispanidad», que no podía utilizarse industrialmente como marca comercial ni como título de establecimiento, puesto que:

> El vocablo «hispanidad» encierra un doble concepto. A la vez significa el conjunto de naciones que integran el mundo hispánico, también expresa su peculiar espíritu y entendimiento de la vida, su común tradición histórica y superior destino universal.

Tales instrucciones fueron sistematizadas, a modo de marco legal que encuadró la propaganda comercial, por la Vicesecretaría de Educación Popular mediante circular a sus Delegaciones Provinciales de fecha 21 de octubre de 1942. Una orden en la que se establecía que, para mejor cumplimiento de las normativas, las Delegaciones Provinciales realizarían inspecciones periódicas, exigiendo las correspondientes autorizaciones de la Delegación Nacional de Propaganda para la fabricación, venta y empleo de todo aquello comprendido en las normas, e informando a dicha Delegación Nacional de cuantas infracciones se hubieran cometido para proceder oportunamente en cada caso.

Este aspecto, el control de la propaganda comercial –así llamada por el empleo de símbolos nacionales y del Movimiento, sus figuras y representaciones patrióticas–, muestra el carácter más general de la política propagandística del «nuevo Estado»: la intención del proyecto falangista de establecer un modelo de corte totalitario conforme fue configurándose legalmente, y articulándose administrativamente, el aparato estatal. Las disposiciones en materia de propaganda comercial preservaron de forma inmediata su control como competencia del Estado, y su desenvolvimiento otorgó a este control administrativo –de igual afán recaudatorio en un ámbito, la propaganda, con escasos recursos económicos– un sentido más marcadamente político, de exacerbado nacionalismo, en el uso decoroso y oportuno de semejantes símbolos y de la propia lengua.

JULIO 1954
PRIMER VIERNES
DIA 2

Javier Muñoz Soro

En el temor de Dios: nacionalcatolicismo y reconquista cristiana de la sociedad

«Desde el siglo XVI, cumbre de nuestros grandes días imperiales, no hemos vuelto a tener un Estado que ofrezca a la Iglesia de Cristo y a los católicos españoles las posibilidades y perspectivas cristianas y cristianizadoras del Nuevo Estado Español. Surgido de una auténtica Cruzada, es el premio a nuestros héroes y mártires caídos por Dios y por España y, a la vez, promesa segura del destino providencial del pueblo español en el porvenir.» El presbítero Pedro Cantero no exageraba en la primera afirmación de este párrafo entresacado de su libro La hora católica en España (1942): la Iglesia, sus miembros y sus organizaciones iban a disponer en los años de la inmediata posguerra de un poder nunca visto en la España, y ni siquiera en la Europa, contemporáneas. Y la razón de semejante poder hay que buscarla en su segunda afirmación, es decir, en la legitimación que la Iglesia había dado a la rebelión, al golpe de Estado contra la República e incluso a la guerra que trajo consigo; valgan como ejemplo, entre muchos otros, las obras del canónigo Castro Albarrán El derecho a la rebeldía (1934), El derecho al alzamiento (1941) y Guerra Santa. El sentido católico de la guerra española (1937). Si el cardenal Gomá anunciaba que «en todos los frentes se ha visto alzarse la Hostia Divina en el santo sacrificio» (Por Dios y por España), su sucesor en la sede primada, Pla y Deniel, constataba que «la lucha actual reviste, sí, la forma externa de una guerra civil, pero en realidad es una cruzada», una lucha de la «religión, patria y familia contra los sin-Dios y contra-Dios» (Las dos ciudades). Una legitimación que recibiría su definitiva confirmación con la Carta Colectiva del episcopado español de 1937. Por tanto, el presbítero Pedro Cantero sólo erraba en el futurible de que todo ello fuera «promesa segura» de no se sabe qué «destino providencial» de España.

Es verdad que el nacionalcatolicismo, concepto acuñado en los años sesenta con intención crítica, no era una legitimación ad hoc de la guerra civil ni tampoco algo nuevo. Como ideología –algo más que una mentalidad y algo menos que un sistema coherente de pensamiento–, hundía sus raíces en el discurso reaccionario español, el que partiendo del carlismo e integrismo de un Balmes o un Vázquez de Mella llegaba hasta Menéndez Pelayo, con su elaborada síntesis de la fe católica como elemento constitutivo de la nación española. El impulso neocatólico y la evolución de la

derecha monárquica, en particular del maurismo, hicieron que durante los años veinte, y bajo la protección de la dictadura de Primo de Rivera, el nacionalcatolicismo adoptara cada vez más una formulación política, por otro lado estrechamente ligada al poder, cuyo símbolo fue la consagración de España al Sagrado Corazón de Jesús leída por el rey Alfonso XIII en el Cerro de los Ángeles el año 1919. Pero aún tuvo que atravesar el desierto del alejamiento del poder, carente de protección y teniendo que competir en el mercado ideológico abierto en 1931 con la Segunda República, para adquirir su forma más acabada de doctrina política en las páginas de la revista Acción Española. Lo que vino después es la historia de su éxito en el proceso de aglutinar las fuerzas sociales y políticas opuestas al régimen republicano y «dar sentido» a la guerra frente a otras claves interpretativas –la falangista laica o la monárquica liberal–, al precio, muy gustosamente aceptado, de fundirse en una síntesis totalizadora con el fascismo.

De tal modo que, después de 1939, España se convertiría en un laboratorio para los católicos de todo el mundo, una experiencia única para lograr lo que otros ya habían intentado o estaban intentado aún por entonces con resultados desiguales, a saber, la identificación absoluta entre Estado e Iglesia. Una identificación que iba más allá de la concordia entre esos dos señores que a menudo habían caminado juntos pero nunca revueltos, ni siquiera en los tiempos de los Reyes Católicos, por mucho que se empeñara la propaganda franquista, y por supuesto más allá de la confesionalidad relativamente tolerante de la monarquía liberal durante los años de la Restauración. Así lo explicaba José Pemartín en ¿Qué es lo nuevo? (1939):

> Si España ha de ser nacional y ha de ser fascista, el Estado español ha de ser necesariamente católico. No sólo que reconozca que el Catolicismo es la Religión de la mayoría de los españoles y, como tal, la proteja; no que sólo reconozca, que sólo acepte, o respete, o reverencie, o proclame... Ninguno de estos verbos es suficiente. Es preciso el verbo ser.

Una síntesis superior que el cardenal Gomá (Lecciones de la guerra y deberes de la paz) y otros antes que él bautizaron con el nombre de «totalitarismo católico».

Lo confirmaba el propio Franco:

> El Estado perfecto para nosotros es el Estado católico. No nos basta que un pueblo sea cristiano para que se cumplan los principios de una moral de este orden; son necesarias las leyes que mantengan el principio y corrijan el abuso.

Pero esa identificación de lo católico con lo nacional fue cada vez menos con lo fascista por fuerza de las circunstancias, sobre todo tras la derrota del Eje en la segunda guerra mundial. Y Franco, en ese mismo discurso ante las Cortes del 14 de mayo de 1946, marcaba las diferencias ante el mundo (más que ante los procuradores, bien conscientes de la falsedad de sus palabras):

> Entre nuestro sistema y el nazi fascista es la característica de católico del régimen que hoy preside los destinos de España. Ni racismo, ni persecuciones religiosas, ni violencias sobre las conciencias, ni imperialismos sobre sus vecinos, ni la menor sombra de crueldad, tienen cabida bajo el sentido espiritual y católico que preside toda nuestra vida.

A partir de entonces el nacionalcatolicismo confirmaría su posición como discurso hegemónico, pese a que el fascismo hubiera impregnado definitivamente las instituciones políticas y las prácticas sociales del régimen.

En el vértice la unión ya estaba hecha. Se había acabado con la «perniciosa teoría de la separación de la Iglesia y del Estado» para crear «un Estado antiliberal y profundamente católico, en manos de un Jefe, Capitán de una Cruzada gloriosa», en palabras de Pedro Cantero. En cuanto a esa incómoda frase de la moneda del Evangelio de «a Dios lo que es de Dios y al César lo que es del César», perdía sentido en una nación donde «Dios y el César aparecen lógicamente unidos en beneficio del pueblo, que es a la vez del César y de Dios», como explicaba el obispo Herrera Oria, antes de la guerra la personalidad más destacada de un catolicismo social y accidentalista en política. No hace falta decir que el César recibía el mensaje con satisfacción, hasta el punto de que Franco llegó a interpretar –quizás animado por el raro cariz intelectual de la ocasión, su nombramiento como doctor honoris causa por la Universidad Pontificia de Salamanca de manos del cardenal Pla y Deniel–

que dicha frase «no tenía lugar en una sociedad católica sino en la sociedad pagana donde nacía el Evangelio», porque «¿me queréis decir, en una sociedad católica como la nuestra, dónde acaba lo temporal y dónde empieza lo eterno?». A cambio, los obispos se convertían en funcionarios de hecho tras jurar «ante Dios y los Santos Evangelios» fidelidad al Estado Español.

Sin embargo, en la base la situación era muy distinta. A la Iglesia no se le ocultaba que gran parte de las «masas» no eran católicas, pues de otro modo no se explicaba una guerra de tres años por motivos religiosos. Afirmar como se hacía entonces, con frases rotundas y apodícticas, «¡soy cristiano y español, que es ser dos veces cristiano!» (José M. Pemán, Poema de la bestia y el ángel, 1938), que «la mujer de España, por española, es ya católica» (Agustín Isern en la revista Y, 1943), o que «no se puede ser español y no ser católico, porque si no se es católico, no se puede ser español» (M. García Morente, Idea de la Hispanidad, 1947), significaba algo muy distinto de lo que parece. No pretendía integrar en un «todos», los españoles, sino marcar una frontera entre el «nosotros» y el «ellos»: los enemigos, los vencidos, la «anti-España», aquel «cubil infecto de marxistas, comunistas, institucionalistas, masones, separatistas, iconoclastas, blasfemos, ladrones, sacrílegos y asesinos» descrito por el clérigo J. Seguí Carré en 1941. Unos enemigos «peores que los mismos demonios», según el jesuita Félix González Olmedo, asesor religioso de la Sección Femenina, porque si «los turcos, los moros, los judíos y protestantes, con los que tuvimos que luchar en otro tiempo, tenían al fin y al cabo su religión», estos de ahora, «no sólo no tienen religión alguna, sino que tratan de destruir el fundamento de todas y de todo el orden moral y religioso, negando la existencia de Dios». Lo demostraban los estudios del psiquiatra Vallejo Nájera (Política racial del Nuevo Estado, 1938): la raza española era superior precisamente gracias a los efectos del ideal católico y se había mostrado inferior y degenerada sólo cuando había olvidado «la significación de nuestra historia y [...] desdeñado nuestras ideas para hipervalorar las extranjeras».

Por supuesto, la cruz –nunca mejor dicho– de ese discurso era la exclusión, la estigmatización y la represión social en sus formas más variadas, más minúsculas y más reguladoras. Para la recatolización de esa sociedad, la Iglesia contó con la estrecha colaboración del Estado y con unos medios que poco tiempo antes hubieran resultado inimaginables, como reconocía la cita que abre este texto, y ello se tradujo en una religiosidad triunfalista, en un cristianismo de victoria. No se trataba del fruto necesario de lo precedente, y la opción podría haber sido otra. España era un «país de misión», pero ésta se entendió como conquista y colonización de una tierra extraña donde las conversiones se lograban más por medio de la violencia que del convencimiento. Así Ecclesia, la revista de Acción Católica y órgano oficioso del episcopado, se jactaba en 1941 de que en Sevilla «solamente amancebamientos se han corregido más de 30.000 y no ha quedado preso en la cárcel sin comulgar», o que «buena falta hacían las misiones a la hermosa capital barcelonesa tan trabajada por doctrinas disolventes».

La escuela fue sin duda el lugar donde mayor intensidad alcanzó esa obra de reconquista cristiana de la sociedad; no en balde allí se había librado en las décadas anteriores la principal batalla por la secularización de la sociedad, la que había enfrentado a la Institución Libre de Enseñanza (ILE) y a la República con el monopolio de la Iglesia. Ya desde el primer momento de la sublevación la Junta de Defensa Nacional había emitido disposiciones para que «el ambiente escolar esté en su totalidad influido y dirigido por la doctrina del Crucificado». También para llevar a cabo lo que Adolfo Maillo, inspector de Enseñanza Primaria, solicitaba en Educación y Revolución. Los fundamentos de una educación nacional (1943): «Se impone, como necesidad urgentísima, un tipo de educación inspirada en principios netamente medievales». El fin de la coeducación con la separación de sexos, la reposición del crucifijo y las imágenes sagradas, las oraciones y saludos («Ave María», «sin pecado concebida»), las visitas al Santísimo, la obligatoriedad de las lecciones de catecismo, los rosarios, evangelios y misas dominicales, los vía crucis, las ofrendas de flores a María («Que madre nuestra es»), los ejercicios espirituales, las primeras comuniones y confirmaciones, las capillas, las congregaciones o las escolanías demostraban

bien a las claras, como escribía nuestro presbítero Cantero, que «el Ministerio más defendido y mimado por la Institución Libre de Enseñanza ha dejado de ser reducto del liberalismo para servir a la España católica». Y eso sin contar con la muerte, la depuración, el exilio y el confinamiento de un buen número de maestros y profesores.

Entre esos instrumentos de recristianización de la enseñanza, los manuales escolares ocuparon un lugar importante. Explicaban que el catolicismo era el alma de la grandeza de España, que eso le daba su superioridad sobre otros pueblos y que su deber era propagar esa fe por el mundo siguiendo el impulso de su espíritu imperial, «por el Imperio hacia Dios», como «defensora y misionera de la verdadera civilización, que es la Cristiandad» (preámbulo de la reforma del Bachillerato Español del 20 de septiembre de 1938). Esa misión providencial de pueblo elegido exigía no pocas tareas, tales como

> conducir otra vez a Dios al mundo, alejado de Él; unir a todos los hombres en la fe cristiana, apartándolos de los vicios y de los errores; vencer como ha vencido en la guerra el Caudillo Franco a los rojos, a todos los que pretendan destruir la Religión Católica, que hizo a España el mayor de los Imperios (*Glorias imperiales*, 1940).

Además los manuales señalaban con detalle qué era pecado, y cuáles eran «los principales errores condenados por la Iglesia», trece exactamente, según el famoso catecismo de Ripalda (1941): «el materialismo, el marxismo, el ateísmo, el panteísmo, el racionalismo, el protestantismo, el socialismo, el liberalismo y la francmasonería. Es nefasta la libertad de prensa. ¿Hay otras cosas nefastas? Sí, la libertad de enseñanza, la libertad de propaganda y la libertad de asociación». Y el texto de religión del padre Peque definía el darwinismo como un sistema «ridículo y contrario a las experiencias científicas, al sentido común y a la razón». La religión se convertía antes que nada en amenaza y castigo, al servicio de objetivos políticos:

> ¡Escuchad bien esto y para siempre, niños españoles!: ¡El que de vosotros olvide su Lengua Española o la cambie por otra dejará de ser español o cristiano! ¡Por traición contra España y pecado contra Dios! ¡Y tendrá que escapar de España! Y, cuando muera, su alma traidora ¡irá al infierno! (Giménez Caballero, *España nuestra. El libro de las juventudes de España*, 1943).

Fuera de las paredes de la escuela, la iglesia o el cuartel, la reconquista católica planteaba más dificultades, pero no por ello se renunció a un control social mediante una serie de mecanismos legales y fácticos que dejaban atrás a los ensayados por el fascismo italiano o el nazismo alemán, pese a regirse por un supuesto derecho natural católico. Desde la censura editorial y de prensa hasta la nueva legislación sobre cementerios o matrimonios –un decreto de 1938 declaraba la nulidad de los matrimonios civiles–, pasando por el control de las costumbres cotidianas y sexuales, la sociedad del primer franquismo dejó de ser civil para ver cómo el Estado (y a través de él la Iglesia) intervenían hasta en los aspectos más aparentemente insustanciales. En poco más de una década se cuentan por cientos las pastorales que condenaron el cine, los bailes o cualquier otro entretenimiento propio de la sociedad moderna, contemplada siempre con abierta hostilidad. El cine era para el influyente padre Ayala «la calamidad más grande que ha caído sobre el mundo desde Adán acá. Más calamidad que el Diluvio Universal, que la guerra europea, que la guerra mundial y que la bomba atómica», tanto que el obispo Olaechea no dudaba que «sería un gran bien para la Humanidad el que se incendiaran todos los de la tierra cada dos semanas». El baile «agarrado» constituía «una grave inmoralidad» y un «pecado grave», según el cardenal Segura, nada menos que una «obra satánica de corrupción moral, escándalo y pecado público, escuela de degradantes orgías de la concupiscencia». La playa y las piscinas daban un «espectáculo infame y salvaje», mientras el obispo Pla y Deniel recordaba que «el baño es un acto de vida íntima que no puede tener carácter público». Nada quedaba al margen de la pluma inquisidora de los obispos: la moda femenina, los usos amorosos de los novios, el maquillaje, los deportes, Papá Noel, la música «negra» y, por supuesto, la literatura «disolvente» e incluso la que no lo era, pues «las personas profundamente religiosas dicen de las novelas que la mejor es buena para echarla al fuego» (padre Riaño Campo, Formación católica de la joven, 1943).

Hasta la miseria era vista con desconfianza, como un fruto del vicio, la pereza o el rencor, de manera que las chabolas del Puente de Vallecas delimitaban una «zona infranqueable a los ideales sanos» donde anidaban «los rencores políticos, las fobias sociales, el odio a la religión y el desprecio de los principios morales» (La moralidad pública y su evolución, 1944).

Si había de «desterrarse de nuestras prácticas sociales todo aquello que recuerde, por abyección o mal gusto, la de nuestros derrotados enemigos», según decretaba en 1944 un bando –En defensa de la moralidad– de la Dirección General de Seguridad, no bastaban sólo las normas legales o los escritos pastorales. De ahí que se iniciara una cruzada por la moralidad pública de las costumbres en la que participaron las nuevas o renovadas organizaciones del catolicismo militante, con Acción Católica a la cabeza de todas ellas, y detrás un sinfín de grupos con estilo entre militar y religioso, de monjes soldados, copiado de las órdenes medievales. El activo padre Llanos, muchos años antes de ingresar en el PCE y CC.OO., creó varios con nombres como la Guardia de Santa María, la Centuria Lepanto, la Milicia Española de Cristo o los Grupos de Agitación Hispánica, donde jóvenes vencedores de ilustres apellidos tiraban piedras a los novios sorprendidos besándose por la calle, vigilaban las puertas de los cines o atacaban instalaciones de las iglesias protestantes, como la editorial Sociedad Bíblica. Un dique que comenzaría a ceder en los años cincuenta ante la llegada del turismo, pese a iniciativas como el primer congreso de Moralización de las Playas celebrado en 1952 o la Asociación de la Cruzada Nacional de la Decencia fundada dos años después.

En esos años de dura y mísera posguerra se reconstruyeron iglesias y seminarios destruidos por los «rojos» y se edificaron muchos otros; las calles españolas se llenaron de celebraciones llenas de fastos, pompa y boato, de misas de campaña y entierros suntuosos, de esplendorosas procesiones del Corpus y Semana Santa o de romerías; capillas y conventos acogieron la masiva asistencia a las misas y un gran número de vocaciones religiosas, amén de ejercicios espirituales, rezos, rosarios, vigilias, conferencias cuaresmales y un largo etcétera, y los hogares se decoraron con imágenes del Sagrado Corazón o estampas murillescas de la Inmaculada o el niño Jesús. Los jóvenes de Acción Católica y del Frente de Juventudes peregrinaron bajo sus banderas y estandartes al Pilar de Zaragoza en 1940 y a Santiago de Compostela en 1948, la asociación de estudiantes católicos Pax Romana organizó en 1946 un congreso en El Escorial y Salamanca, dando un balón de oxígeno al aislado régimen franquista, en el Año Santo de 1950 miles de españoles, entre ellos la familia del dictador, peregrinaron a Roma, y en 1952 el Congreso Eucarístico Internacional de Barcelona culminó esta apoteosis nacionalcatólica sancionada un año después por el nuevo Concordato con la Santa Sede. En ninguno de esos actos faltó la presencia de las autoridades civiles y militares junto a los obispos, tantas veces fotografiados alzando el brazo en saludo fascista. Para José Pemartín (¿Qué es lo nuevo?), esa aparatosa presencia jerárquica era necesaria para que el pueblo, en su sencilla religiosidad, creyera que «efectivamente que Aquello a lo que rinde culto exterior es la Verdad». Seguramente él así lo creía, pese a su evidente cinismo, pero cuando el miedo fue desapareciendo ese «pueblo sencillo» comenzó a levantar el velo del engaño para dar algo de autenticidad a sus creencias religiosas y a sus propias vivencias personales, primer paso en el largo camino hacia la libertad.

Criando a tu hijo al pecho cumples un sagrado deber y le evitas grandes peligros

Ángela Cenarro

Retroceso legal, educación católica y socialización fascista: la construcción de la feminidad en el franquismo

Las mujeres fueron uno de los colectivos más duramente afectados por las políticas reaccionarias que se impusieron, por medio de las armas, a partir del 18 de julio de 1936. Todas tuvieron ocasión de contemplar cómo las conquistas políticas y legales que la Segunda República había traído cinco años antes se derogaban. La mayoría, además, sintió que el reloj de la historia se paraba y se iniciaba un retroceso que no tendría parangón en todo el siglo XX. Pero sería incorrecto hablar de las mujeres que vivieron la República y la guerra civil como si formaran un grupo homogéneo, unidas por una identidad común. Más bien, en la España de los años treinta las identidades femeninas eran múltiples, producto de experiencias y discursos diferentes, en ocasiones radicalmente opuestos.

Algunas combinaban la práctica feminista con la militancia republicana y obrerista. Éste fue el caso de las que llegaron a tener un escaño en las Cortes, como Clara Campoamor, Victoria Kent, Margarita Nelken o Dolores Ibárruri, cabezas visibles de una movilización femenina que se ampliaba a medida que pasaban los años. Las militantes de la Acción Católica de la Mujer o las ramas femeninas de la Confederación Española de Derechas Autónomas (CEDA), en cambio, incluían en su agenda la defensa de una amplia actividad de las mujeres en los espacios públicos, incluso el derecho al voto, a la vez que combatían por apuntalar la familia patriarcal y recristianizar la sociedad. Para otras, la agenda política quedó limitada a proporcionar auxilio a sus camaradas varones, como el pequeño grupo de fascistas aglutinadas en torno a Pilar Primo de Rivera. Y para miles de mujeres anónimas, la democratización política trajo la oportunidad de sentirse ciudadanas y participar, mediante la militancia o la protesta, en los nuevos espacios que la República iba abriendo.

La experiencia republicana supuso ante todo la legitimación, por la vía de la legalidad, de esos cambios sociales y culturales que venían acumulándose desde principios de siglo, y que se tradujeron básicamente en un acceso progresivo de las mujeres al mundo del trabajo, la educación, la cultura y la política. Emergió así un nuevo modelo de mujer, la «mujer moderna», reconocido gracias a las conquistas del primer bienio republicano: la plena ciudadanía, gracias al derecho al sufragio activo y

pasivo recogido en la Constitución de 1931 y, por lo tanto, la llegada de las mujeres a la política formal (alcaldías, concejalías, actas de diputado...); la reforma de los Códigos Civil y Penal, que eliminó algunas trabas que desde el siglo XIX condenaban a las mujeres al sometimiento al marido, y la ley del divorcio. Ésta, por ejemplo, no quedó en papel mojado, como ponen de manifiesto las 4.105 sentencias dictadas en los años 1932 y 1933. De éstas, más de la mitad (2.400) respondían a demandas presentadas por las mujeres, un porcentaje que permite cuestionar algunos estereotipos sobre sumisión femenina en la España de los años treinta a los dictados de la Iglesia católica.

Que estos cambios vinieran impulsados «desde arriba», en lugar de ser el fruto de una amplia demanda articulada «desde abajo», así como la brevedad de la experiencia republicana, herida de muerte desde el verano de 1936, hicieron que el paquete reformista igualitario no generara un nuevo modelo dominante de mujer, capaz de desterrar al que se había impuesto con éxito en el siglo XIX, el «ángel del hogar». Ni siquiera la guerra civil, una coyuntura especialmente idónea para la trasgresión cultural y simbólica, encarnada fundamentalmente en las «milicianas», sirvió para desterrar ese modelo de mujer que era madre y esposa antes que individuo. Lo que sí hizo la República fue construir caminos para transitar hacia el cambio a través de propuestas reformistas que ofrecieron el contexto adecuado para la elaboración de un nuevo discurso, el de la ciudadanía, en el que la mujer era concebida como un ser racional, y por lo tanto igual al varón en derechos y deberes. La agenda igualitaria culminó también durante la guerra, gracias al Decreto de Igualdad Civil de la Mujer que se publicó en la Gaceta de la República el 4 de febrero de 1937. Dictado por el anarquista García Oliver al frente del Ministerio de Justicia, ponía fin a la autoridad marital, pieza clave del patriarcado decimonónico.

Contra esta vía de transformaciones políticas, sociales y culturales se alzaron los militares golpistas. El modelo de género se reveló así como una de las fisuras que atravesaban la sociedad española, un tema que la modernidad había hecho saltar a la palestra y que era necesario resolver. Como tantos otros a partir del verano de 1936, se resolvieron por medio de las armas. Las republicanas, socialistas y anarquistas fueron perseguidas, encarceladas y fusiladas, al igual que sus camaradas varones. Otras tantas corrieron una suerte similar por el mero hecho de ser compañeras o esposas de hombres significados por su compromiso republicano. La violencia franquista tuvo, en definitiva, un marcado carácter de género. No sólo por castigar a todas aquellas que habían osado cuestionar el viejo modelo de la sumisión patriarcal, sino también porque, en su nueva construcción simbólica, una republicana o militante de partido y sindicato obrero no merecía ser considerada una mujer. Eran «viragos», mujeres masculinizadas, desprovistas del marchamo de la auténtica feminidad.

La ley, además, acompañó enseguida a las armas. A partir de 1938, el primer gobierno de Franco que comenzaba entonces su andadura dictó las normas que marcarían la vida de todas las españolas durante casi cuatro décadas. Un decreto del 2 de marzo suspendió los pleitos de separación y de divorcio. El Fuero del Trabajo (9-III-1938) dejó por escrito la intención de apartarla del mundo laboral, algo que, desde el modelo de género que ahora se imponía, se entendía como una «liberación» de esa esclavitud que representaba el taller o la fábrica. Dos órdenes posteriores, la del 27 de diciembre y la del 17 de noviembre de 1939, establecieron las normas para la inscripción de las mujeres en las oficinas de colocación: separadas de las de los varones, y con todos los datos necesarios para comprobar que existía una verdadera necesidad familiar que la obligaba a desempeñar tareas extradomésticas. Asimismo, al derogarse las modificaciones del Código Civil, las extranjeras casadas con españoles perdieron su nacionalidad. La ley del 11 de mayo de 1942 restableció el delito de adulterio, de aplicación diferencial según el sexo de quien lo cometiera, que había eliminado la reforma republicana del Código Penal. Y la de Reglamentaciones del Trabajo, del mismo año, estipuló la obligatoriedad de que las mujeres abandonasen el puesto de trabajo en el momento del matrimonio. Las mujeres, en definitiva, quedaron privadas de cualquier autonomía en la vida pública o, lo que es lo mismo, condenadas por el contrato indisoluble del matrimonio al destino que el marido quisiera proporcionarles.

La educación hizo el resto. La Iglesia y la Sección Femenina de Falange hicieron suyo el viejo modelo de las esferas separadas, que nunca desapareció del todo. Se insistía en la complementariedad de los sexos y para justificarlo se naturalizaron las diferencias entre ellos. Así, a las mujeres se les atribuía un déficit de razón y un exceso de emoción, argumentos suficientes para justificar que el varón se alzara como dueño absoluto de la vida pública. Las mujeres, en cambio, estaban preparadas «naturalmente» para la maternidad, y al fomento de esas cualidades innatas, estrechamente relacionadas con su capacidad especial para el amor, el cuidado y la nutrición, debía ir dirigida la educación que recibieran.

El discurso no era nuevo. Que ahora se impusiera excluyendo a otros modelos tampoco era sólo atribuible al recuperado protagonismo de la Iglesia católica. La clase médica también había contribuido a forjarlo, amparada por la presunta neutralidad y legitimidad que siempre acompaña a la ciencia. A través de escritos científicos y divulgativos, tesis doctorales y disertaciones públicas, algunos médicos insistieron en la poca conveniencia de que las mujeres se apartaran de esa gran misión que la naturaleza les había encomendado. Gregorio Marañón, uno de los grandes maestros liberales, venía defendiendo estas tesis desde los años veinte. Sus análisis de la condición femenina, como el expuesto en Tres ensayos sobre la vida sexual (1928), fueron seguidos a pies juntillas por las propuestas médicas y pedagógicas del equipo asesor de la Delegación Nacional de Auxilio Social, que Javier Martínez de Bedoya y Mercedes Sanz Bachiller habían diseñado imitando el modelo asistencial nazi. Una población esquilmada tras la guerra, que se sumaba a la tendencia descendente de la natalidad desde finales del XIX, sirvió para justificar la urgencia de que las mujeres retomaran el cumplimiento de su misión. Traer hijos al mundo, que ahora, además, eran de la Patria, debía garantizar la fortaleza de la nación española, el primer paso para su «regeneración» y su futura proyección imperial.

El discurso pronatalista, discurso masculino por excelencia, se impuso con una fuerza desconocida hasta entonces. Pero, aparte del carácter obsesivo de los discursos en torno a la feminidad, la maternidad y el cuerpo de las mujeres, hubo pocas novedades en el horizonte. Una de ellas fue que los discursos alternativos habían sido desterrados. Otra que instituciones como la Iglesia y la Sección Femenina gestionaron de manera exclusiva la vida cotidiana de las mujeres. La Iglesia, por ejemplo, tuvo manos libres, mediante el control de la enseñanza, el confesionario y todo tipo de rituales, para reforzar un modelo de mujer-madre que perseguía el control de la sexualidad femenina. Se consideró que el cuerpo de las mujeres era naturalmente impuro. No es de extrañar, por tanto, que formas específicas de violencia sobre las mujeres, como las violaciones en las cárceles, el rapado de la cabeza o la ingesta de aceite de ricino, apuntaran a la purificación de esos cuerpos supuestamente contaminantes.

La Sección Femenina presentó algunos matices distintos. Creada por Pilar Primo de Rivera en junio de 1934 para que las mujeres tuvieran su propio espacio en un entorno masculino como el movimiento fascista, hasta julio de 1936 sólo tenía 2.500 afiliadas. Al calor de la sublevación la movilización de voluntarias se intensificó, hasta el punto de que en noviembre alcanzó la cifra de 50.000. Tras no pocas peripecias, Pilar Primo de Rivera consiguió salir de Madrid e instalarse en Salamanca, donde sentó las bases de la extensión de su organización de mujeres. Pronto exigió, y así fue aceptado en julio de 1937, el monopolio para el encuadramiento, lo que supuso que las delegaciones falangistas que también contaban con mujeres fueran desmanteladas (Asistencia al Frente y Hospitales), anuladas políticamente (Auxilio Social) o absorbidas (la rama femenina del Frente de Juventudes). Por último, el Servicio Social, una especie de militarización femenina creada por Mercedes Sanz Bachiller en el seno de la Delegación de Auxilio Social, y que obligaba a todas las mujeres de entre 17 y 35 años a prestar servicios gratuitos durante seis meses en centros asistenciales, fue traspasado a la Sección Femenina en virtud del decreto del 28 de diciembre de 1939. Las ambiciones de Primo de Rivera quedaron colmadas. La hermana del «ausente» alcanzó un puesto privilegiado, como ninguna otra mujer en la España de Franco, para controlar los destinos de sus militantes e, indirectamente, de todas

las mujeres españolas a través de los cursos de economía doméstica y el cumplimiento del Servicio Social, que se mantendría vigente hasta 1978.

Una de las paradojas más llamativas es que la Sección Femenina fue concebido como un espacio exclusivamente femenino, de y para mujeres, a la vez que exhibía un discurso que despreciaba a la feminidad. Así, aparecieron artículos en la revista Y que denigraban ferozmente a las sufragistas británicas («aquellas inglesas histéricas», «ridícula sub-especie femenina») o recuperaban escritos del siglo XV que presentaban a las mujeres como seres naturalmente avariciosos, exagerados y murmuradores. El fascismo español marcaba así un retroceso con respecto a algunos aspectos del discurso del «ángel del hogar» del siglo XIX. Pues éste, aunque recluía a las mujeres en el reducto privado del hogar, las consideraba seres moralmente superiores por su capacidad para los cuidados y el amor. Y esa superioridad moral justificaba su proyección pública a través de las actividades para las que estaba especialmente dotada. A partir de 1936, sin embargo, las mujeres fueron vistas de nuevo como seres defectuosos y proclives al pecado, que debían por tanto quedar sujetas a una especial vigilancia.

Todo ello fue perfectamente compatible con el alentamiento de las mujeres a la actividad pública. Durante la guerra, las mujeres de la Sección Femenina participaron en la resistencia quintacolumnista y en la amplia infraestructura asistencial como enfermeras, postulantes, inspectoras, directoras de comedores o de hogares infantiles. Asimismo, como ha demostrado Inbal Ofer, las falangistas reconocieron por primera vez el martirio femenino, hábilmente utilizado por las dirigentes para justificar su presencia en las estructuras del poder franquista tras la contienda. Entonces comenzó, según Pilar Primo de Rivera, su verdadera y más trascendental misión: la formación de las mujeres para que fueran perpetuadoras de esa raza que tantos beneficios había generado en la Cruzada, así como transmisoras del legado de José Antonio a sus esposos e hijos.

No se podía llegar más lejos en esas ansias totalitarias que siempre exhibieron los fascismos, porque no había garantía mejor de que la doctrina falangista llegara a todos los rincones de la sociedad que una mujer bien formada al frente de un hogar patriarcal. Asimismo, para las que no estaban casadas, la sumisión a la jerarquía del partido y al Estado que encabezaba el general Franco debía ser compatible con la acción pública. Y, aunque ésta siempre se revistió de entrega y abnegación, o se dirigió a misiones específicamente femeninas como la educación, las mujeres de la Sección Femenina también ocuparon los únicos resquicios del poder que la dictadura dejó a las mujeres: ocuparon cargos (regidurías, jefaturas provinciales y locales), tuvieron una presencia escasa pero creciente en las Cortes franquistas y dirigieron publicaciones, como Medina, Teresa e Y.

Más complicado resultó hacer presentable esa acción pública. «La mujer honrada, la pierna quebrada. Fácil remedio. También es fácil lo contrario. Tener la pierna suelta y dejar de ser honrada, o dejar de ser mujer. Lo difícil es aunar las dos cosas. Como Santa Teresa, andariega, femenina y dulce.» Así rezaba el primer editorial de Medina. Fue moneda corriente poner de relieve la importancia de superar esa aparente contradicción. La disciplina y el sacrificio, conceptos clave en el discurso fascista, hicieron las cosas más fáciles, pues actuaban como muros de contención frente a los efectos disolventes de la proyección social de las falangistas. De ahí también que, por haber «elegido la disciplina frente a la libertad y el sacrificio frente a la comodidad», las falangistas fueran conceptuadas como mujeres superiores con respecto a las demás. Una novedad desde el punto de vista de las relaciones de género fue que la dictadura de Franco abrió una brecha entre las mujeres españolas semejante a la fractura que la guerra había creado entre «vencedoras» y «vencidas».

A partir de los años cincuenta, el discurso pronatalista convivió con otro que convertía a las mujeres en consumidoras y como miembros en potencia del mercado laboral. Pero esos nuevos roles que exigía la sociedad del desarrollismo debían ser compatibles siempre con las virtudes cristianas que prescribía el régimen. También con su papel como gestoras de lo doméstico al frente de un hogar burgués. En los medios de comunicación comenzó a ser frecuente que las mujeres se presentaran rodeadas de electrodomésticos, objetos de consumo lujosos o ajustándose a los

cánones de belleza extranjeros. Algunas reformas, como la del Código Civil de 1958 o la Ley de 1961 de «Derechos políticos, profesionales y de trabajo de la mujer», acompañaron esas transformaciones, pero la autorización marital y las discriminaciones en el Código Penal (como la penalización por el delito de adulterio) se mantuvieron hasta el final de la dictadura. Sólo con la ley del 13 de julio de 1982 se suprimieron todas las discriminaciones de la mujer casada; un dato revelador de que la actuación pública de las mujeres en el marco de la Sección Femenina, así como unas identidades más acordes con los tiempos modernos del desarrollismo, fueron compatibles con una legislación que la subordinaba. El atraso acumulado a la hora de restablecer la agenda igualitaria fue, sin duda, otro de los grandes legados del franquismo.

DISTRIBUCION
FILMOFONO
UNIVERSAL IBERO AMERICANA DE
CINEMATOGRAFIA
presenta en
IMPERIO ARGENTINA
Goyescas
PREMIO 42 BIENNALE
Rafael
RIVELLES
Benito
PEROJO

Jordi Gracia

Consolar la mala vida

¿En qué consiste la vida cotidiana después de una guerra tan despiadada como la española? Lo saben hoy en muchas zonas del planeta, lo saben en Somalia y en Angola, lo saben en Etiopía y seguramente lo saben también en Colombia; lo cuentan los reporteros aguerridos o los escritores valientes que se acercan a preguntar o cuentan lo que ven. ¿La rutina de cada día fue recobrarse de la paliza que le dieron al padre hasta matarlo, o sacudirse de encima la violación de la hermana, o seguir averiguando dónde podía estar el tío que desapareció, o volver a preguntarse una vez más dónde habrían enterrado al amigo del cole, tan buen chaval? La rutina de reanudar la vida cotidiana se fundó para muchos sobre esa barbarie hecha vivencia y no relato, ni cuento, ni cine, sino memoria de lo vivido como espectador o como cómplice o como protagonista superviviente. ¿No es ahí donde hay que apuntalar el significado de una cultura popular y la reanudación misma de una cotidianeidad? La sucesión de los días había de ser capaz de cauterizar esa memoria inmediata, tanto si la victoria permitía el consuelo del sentido (al menos se murió, se soportó, se sufrió para vencer) como si la derrota abandonaba al sujeto al sinsentido trágico un día tras otro, no sé si muy dispuesto a meter la vista entre las páginas del refundado Arriba de 1939 o atento a las emisiones de Radio Nacional. Ni tan siquiera es probable que anduviese con ánimos para escuchar a tonadilleras y cupletistas que habían acompañado en otro tiempo las amarguras sentimentales.

Y es que cuanto existió con resonancia pública en la España de la posguerra necesariamente sirvió para legitimar y ratificar la Victoria, tanto si procedía de –o encarnaba– las fuerzas ideológicas que impulsaron el golpe del 36 como si era mercancía cultural asimilada durante la guerra. En todo caso, si tuvo alguna forma de visibilidad en la posguerra del primer franquismo, el que vertebró el fascismo nacionalcatólico español procedía de esas fuentes y es inimaginable que nadie ni nada desafiase en los primeros años totalitarios la ley fundamental del nuevo estado: el miedo de unos y el desafuero de los otros. Y eso vale, desde luego, para la cultura académica y literaria, y vale también para la copla española, el star system cine-

matográfico o el repertorio de revistas y zarzuelas. Lo nuevo se exaltó con el fervor del triunfo, menos porque era nuevo y más porque encarnaba en sí mismo las victorias parciales y sus rivalidades internas, que eran en todo caso y sin paliativos Victoria. El narcótico de la renovada rutina pudo ser el mejor medio de adaptación a la derrota pero también a la victoria, y no hubo día sin cultura de lo nuevo escrita, radiada, filmada o telegrafiada. Podemos acordarnos de revistas para el gran público como Semana o como Hola –frecuentadas entonces por escritores renombrados–, o de información general como Destino o El Español, o aun más exigentes como Escorial y la más estrictamente literaria Fantasía, pero en cualquier caso la lista será demasiado corta porque el activo hormiguero de la propaganda en guerra no se detuvo en abril de 1939: cambió de medios y de formatos pero no perdió a emprendedores contentos y joviales triunfadores. No cesó la cadena de producción de propaganda y entretenimiento porque ese era el triunfo mayor de la continuidad: borrar el sentimiento de excepción que dio la guerra, cerrar el paréntesis y seguir como siempre. Todo acto público fue entonces político porque sirvió para sancionar el vigor del presente, y de no haber sido así no hubiese sido público. Había incluso que proteger las rivalidades políticas dentro de la misma victoria porque valían como combustible de verosimilitud para el mundo vencedor.

Pero la vida cotidiana se hace siempre con vidas cotidianas irreducibles a la abstracción, y eso hemos descubierto para curiosidad universal en los numerosos años de evocación de la guerra y la posguerra. El retrato de entonces nunca logrará someter la variedad hostil de lo real porque la juventud de Rafael Sánchez Ferlosio o de Juan García Hortelano, recién terminada la guerra, no fue como la infancia de Juan Marsé, ni la de Juan Marsé se pareció en casi nada a la adolescencia de posguerra de una muchacha burguesa de provincias como Carmen Martín Gaite. Los seriales dramáticos de Guillermo Sautier Casaseca en Madrid o de Antonio Losada en Barcelona funcionaron como los folletines del XIX o las teleseries del presente, pero sin competidores de ningún tipo, mientras la filmografía heroica y neoimperialista del régimen poblaba de cartones pintados las fechas históricas, incluida la guerra. No hubo patio de vecindad o casa particular donde no resonase la voz de la mayor cupletista, y la más internacional antes de la guerra, Concha Piquer. Se reconvirtió con éxito fulgurante a la copla andaluza para pasar del pasodoble Suspiros de España de antes de la guerra a Tatuaje u Ojos verdes, ya después de ella. Se casó con un torero, era hija de albañil y de modista y fue extremadamente precoz. Cumplía ella sola todos los requisitos de un género que alegraba el hambre y procedía de la pobreza, ya fuese con Yo soy minero de Antonio Molina, la Carmen de España de Quintero, León y Quiroga o las muchas coplas que hablaban del toro y el torero: muerto el heterodoxo Manolete, eso quería decir ser un día Pepe Luis Vázquez o Antonio Bienvenida, como podía soñar lo propio quien cantaba «Yo quiero ser mataor». Y salir en la radio, por supuesto, para llevar la carrera de Juanita Reina o Juanito Valderrama, de Carmen Sevilla o de Lola Flores o saber que eran personas reales José Luis Pécker o Bobby Deglané y sus nuevos formatos radiofónicos.

Los nuevos periódicos viejos y nuevos, la nueva radio y sus informativos oficiales y únicos, la Biblioteca Nacional, los burdeles y las salas de fiesta, las editoriales antiguas como Espasa, Sopena o Montaner y Simón y algunas nuevas como la nueva Janés o nuevas del todo como Destino, da igual, suministran pedazos de una etapa que se retoma a sí misma con menor o mayor entusiasmo, pero en todo caso con conciencia de salir paso a paso de la excepcionalidad y ganar la continuidad rutinaria de la normalidad. Iba a seguir siendo esforzadamente falsa durante muchos años todavía, pero sirvió para alimentar un sentimiento general de alivio ante el final de la guerra y de resignación ante la derrota para quienes se sabían derrotados. Eso es la rutina cotidiana, incluso si consiste en la huida a pie por la Alcarria o cualquier pueblo de la provincia de Gerona, como hicieron un joven Cela asiduo de la prensa falangista y un maduro Pla que produce incansables libros y escribe su columna semanal en Destino, o si consiste en seguir fabricando versos con pulcritud mientras se toca el piano, como hizo Gerardo Diego, o se reanuda la actividad en las salas de concierto, como

EXCLUSIVAS
JUMILLANO
GALAS de ARTE
CÓMICO
TAURINO
RUSTICAL
PLAZA de TOROS
CUENCA
INDECISIÓN
PRESENTACIÓN
GALAS ARTE
10 MAGNIFICOS REGALOS, 10

en el Palacio de la Música de Barcelona, o se publica un chiste gráfico por primera vez en un diario nacional, como hizo Mingote en ABC en 1953 (el año anterior se inventaba el semanario El Caso, cuyo éxito masivo podría valer como bárbara metáfora de la truculencia de un tiempo). Algunos cafés con fauna literaria o teatral subsisten, como el Teide o el Gijón, pero muchos otros irán desapareciendo, como el Castilla o el Colonial, y en Barcelona van muriendo también el Oro del Rhin o la Maison Dorée, aunque algunos de sus más fieles figurantes sigan siendo muy leídos, como César González Ruano, o muy respetados, como el dramaturgo que triunfaba en 1949 con Historia de una escalera y que había retratado a Miguel Hernández en el penal, Antonio Buero Vallejo.

Acabó la inminencia de los bombardeos pero no el miedo ni el frío ni el hambre de los más pobres. Reanudar la vida en Madrid no era lo mismo que reanudarla en Barcelona, y hacerlo bajo el cobijo de la victoria era muy diferente a intentar hacerlo en busca de parientes o padres o hermanos encarcelados, o con la incertidumbre del destino de los expatriados, a la espera de un regreso cauteloso y por sorpresa y con un vuelco del corazón, al menos en grandes zonas de la península, Cataluña, Galicia y el País Vasco. La amputación de una lengua para esos territorios es un vendaval privado, íntimo, que llegó de un día para otro y al que todos los comerciantes, absolutamente todos, se adaptaron por orden gubernativa. Ni prensa, ni anuncios, ni publicidad, ni carteles, ni radio, ni fachadas de comercios ni etiquetajes de botellas, botes, libros o cómics pudieron seguir apareciendo en lenguas prohibidas, como no hubo modo de hablar en público otra lengua que la castellana.

Apenas nada de eso llegó a vivirse en los refugios de Francia, como no llegaban allí los ecos triunfales de las voces de la Victoria, ni las páginas apretadas de Arriba que redactaba Pedro Mourlane Michelena o José María Alfaro o Álvaro Cunqueiro, o de Solidaridad Nacional; sin embargo, en los arenales del exilio, en los buques de la emigración, en la dispersión salvaje del exilio, se reanudó una cultura y una vida cotidiana diáfanamente distinta a la que fabricó la España del interior. Los primeros tiempos forjaron la conciencia de un tiempo provisional porque era demasiado virgen. Nada respondía en la vida diaria a los parámetros del reencuentro: ni una cotidianeidad previsible, ni la reanudación tras la guerra de los viejos hábitos, las viejas canciones o las viejas películas, porque en la expatriación y el exilio no había hábitat propio. No hubo siquiera amago de reanudación de la vida cotidiana porque todo era extravagantemente nuevo, empezando por los domicilios y acabando por las ocupaciones del día, sin conexión entre el pasado y el presente. Las rutinas se fundieron en un negro presente desamparado ante el futuro. La cálida seguridad de identificar las voces, los acentos, los libros propios en casa, las calles de los sábados o los bailes de los domingos, y hasta las propias ruinas de los barrios, se trocaron en un porcentaje muy alto de la población en todo lo contrario: en la alerta perpetua de una conciencia a la búsqueda de soluciones inmediatas a urgencias inmediatas de comida, de trabajo, de alojamiento, de futuro mismo. El consuelo, en el interior, pudo venir incluso de manera involuntaria, vegetativa, del reconocimiento de lo propio aunque estuviese destruido, aunque cada cosa del pasado, cada recuerdo y cada imagen estuviesen dañados por la conciencia de la derrota, el dolor o la muerte. Pero incluso así indicaban un final y avisaban de un principio, un catastrófico principio. Ambas eran formas de reanudar una vida perdida con una cultura propia hecha de vida dañada, de melodías y tranvías conocidos, hecha de tiendas y de teatros que eran los propios, aunque en ninguno de ellos se reencontrase lo anterior, aunque cambiasen los nombres de las calles para hacerlos patrióticos, aunque las tiendas rotulasen con ofensa de Victoria y fuesen espejos diarios de la propia derrota.

Los penales y las cárceles, los campos de concentración y los barrios arruinados por los bombardeos no estaban en las radios ni en las imágenes de los periódicos. No pertenecían a la vida cotidiana de la posguerra porque pertenecían a la vida cotidiana exclusiva de quienes moraban en ella, de quienes la padecían individualmente. Esos lugares son parte de la vida cotidiana de entonces sólo desde nuestro presente capaz de retratar

integralmente aquel pasado, pero no desde aquel pasado mismo, no desde el centro del desastre: el silencio sobre la represión y el control total de la información emitieron señales de humo contra el mundo real. La bulliciosa Gran Vía madrileña siguió bulliciosa y el Paralelo barcelonés perdió el encanto del pasado pero no el público ni las revistas. La vida cotidiana fue también el recato indumentario y la rigidez de costumbres, la proliferación de novelitas populares de angustiosa banalidad y la proliferación de testimonios de guerra de los vencedores, y en seguida los testimonios de los divisionarios. Todo cuadraba con el nuevo paisaje urbano poblado de trajes talares y uniformes militares como auténticos guardianes del orden, la disciplina y el imperio de la mentira. La cultura popular hubo de ser apariencia como no lo había sido desde el siglo XIX, medio siglo atrás, y las convenciones más mojigatas y las sanciones más absurdas se convirtieron en leyes aparentemente respetadas, formalmente acatadas: no besarse en público ni darse las manos las parejas, al igual que en las películas y en las novelas las habitaciones se cerraban de golpe o las escenas se cortaban en seco para impedir la imagen del beso o del abrazo, mientras el adulterio, el ateísmo o el laicismo como defensa contra los fantasmas desaparecían del horizonte mental de la sociedad. La falsedad de las apariencias gobernó impunemente sobre la realidad, y ajustó así una medida tan baja de exigencia, que tampoco pudo vivirse de veras nada sin máscara de uno u otro tipo. La trampa y el trapicheo a pequeña o gran escala, el sentimiento de impunidad del vencedor, el abuso de autoridad o el ejercicio despótico del poder conformaron gran parte de la anatomía moral de la posguerra, y hubo que aprender a vivir con ella. Apenas nada pudo hacer en medio de ese patología colectiva un apunte de veracidad como el que dejó Carmen Laforet en Nada, porque su relato de una universitaria en Barcelona era incomparablemente menos llamativo que la ejemplaridad masiva de los cogotes rapados de rapaces vestidos con pedazos de ropas ajenas, alpargatas improvisadas, pantalones atados con cordones y sin un gramo extra de grasa: miedo al piojo verde, miedo al tifus, miedo al miedo pese a la euforia del NO-DO, pese al brillo pálido de Chicote o Pasapoga, pese al cine despabilante con Carol Lombard o Rita Hayworth, aunque a veces hasta el hambre aparecía en el contraluz de rebeldía de un falangismo traicionado: Surcos, de José Antonio Nieves Conde, en 1951.

La realidad nueva se hacía con Hermandades de Ex Cautivos y tullidos en artilugios de ruedas, limpiabotas confidentes y torturadores uniformados, lutos rigurosos y misas públicas, actos litúrgicos y liturgias políticas, iglesias pobladas con los nombres de los caídos franquistas y lemas patriótico-franquistas, retratos de José Antonio y Franco, y también, en edificios oficiales descomunales, yugos y flechas y saludos a mano alzada forzosos cuando suena el himno nacional. Las chicas topolino existen pero es como si no existieran, como las rubias de los cines; sí existen las prostitutas muy visibles, con reclutas delgaduchos y bajitos siempre cerca, y niños harapientos remoloneando a media distancia, antes o después de hojear un TBO, agenciarse un Capitán Trueno de Víctor Mora, confundirse a fondo con el fascismo impoluto de Roberto Alcázar y Pedrín... o intercambiar novelas del oeste, de César Mallorquí, de Marcial Lafuente Estefanía o de Zane Grey, en todo caso con escapadas a las historias de Fu-Manchú, de Doc Savage o de toda la Biblioteca Oro, de Molino, y de color lógicamente amarillo.

Para el exiliado ese mundo apenas existió porque todo era rigurosamente nuevo en el suyo propio, por mucho que huyese con sus libros o sus partituras, por mucho que Josep Ferrater Mora se llevase la cabeza puesta sobre los hombros o que los planos de Josep Lluís Sert viajasen con él a París, al despacho de Le Corbusier, y después creciese como deslumbrante arquitecto en América del Norte, llamado por Gropius. El cartelista Carles Fontserè i el pintor Antoni Clavé no tienen exilios tan hospitalarios como los dos primeros, pero los inventan. No llegaban a ellos los ecos del diario hablado, no llegaba el nuevo cine patriótico de Alfredo Mañas ni del director Sáenz de Heredia, ni la adulación y la pleitesía a la Raza de Franco o al criterio cultural del obispo. Al exilio llegaban fundamentalmente ecos de destrucción y es verdaderamente difícil imaginar que nadie, entonces, pudiese llegar a creer otra cosa.

28 ABRIL 1957
DIA DE LA
IGLESIA
PERSEGUIDA

Carlos Velasco

El color del cartel en una España gris

Tal vez uno de los mayores aciertos, a mi juicio, de una exposición como la que ahora se presenta sea precisamente el de tratar de ver (en los dos sentidos, el literal y el figurado) las dos décadas inmediatamente posteriores a la Guerra Civil española desde una perspectiva poco convencional. Hacerlo a través de imágenes, por un lado (prensa y carteles, sobre todo); dirigir la mirada a algunos aspectos –los principales– de la vida cotidiana de aquella época terrible, por otro; y hacerlo, finalmente, con un enfoque multidisciplinar, es decir, abarcando lo que para la comisaria de la muestra, la historiadora Susana Sueiro, son los rasgos más definitorios de la dictadura de Franco.

Y éstos, aunque a veces coinciden con los admitidos comúnmente (política, economía, cultura, religión), se analizan desde un enfoque nuevo (el gráfico); mientras que el resto (mujer, escasez y hambre, enfermedades y carencias, familia, consumo y ocio, tímida entrada –al final– del consumo y del american way of life), o se han tratado muy poco y de forma subsidiaria en la literatura del período, o resultan ciertamente inéditos.

Pues, en efecto, aunque se ha hablado y se habla mucho del franquismo, parece existir cierta monopolización de lo político, lo militar y también lo económico que, si bien ayuda a entender desde un punto de vista amplio lo que fue el Nuevo Estado, relegaba por «menores» esos otros aspectos citados, primordiales para entender la dura realidad en que la mujer y el hombre de la calle tuvieron que desenvolverse aquellos años.

En este contexto, poder ilustrar gran parte de las tesis de la profesora Sueiro sobre ese primer franquismo que acaba de forma efectiva en 1959 (Plan de Estabilización) para dar paso en los sesenta a los planes de desarrollo, la industrialización y el creciente nivel de vida, con unas ideas sobre los carteles y las imágenes de aquellos años, no puede parecerme sino un inapreciable regalo intelectual que se hace a quien los considera un ejemplo realmente único de la microhistoria de la época, del desenvolverse de la gente corriente y de la forma de vida (con más problemas que alegrías) de la mayor parte de la población.

A mi juicio, el cartel, en esta época y en España (pero también medio siglo antes, y en todo el mundo occidental), fue el único elemento de comunicación publicitario de amplia difusión, generalizada aceptación, amplia comprensión y... en color.

Desde finales del siglo XIX, la mayoría de la población trabajadora, con sueldos bajos, horarios elevados y condiciones de vivienda, de vestido y sanitarias deficientes, veía cómo, en la sociedad industrial, el cartel de publicidad comercial era casi la única nota de color (en las vallas de las calles, en las fachadas de las tiendas o en las paredes de un modesto comedor) de la existencia triste y vitalmente gris de la gente humilde.

Con una prensa monótona, sin color, con mucho texto y pocos dibujos en los anuncios; con la radio apenas balbuciente y sin la extensión actual; con unas revistas con fotos en azules apagados o sepias;

y sin televisión (y cuando aparece es en blanco y negro)... el cartel es hasta la década de los sesenta el indiscutible rey de los medios de publicidad.

Y si esto se podía decir del mundo industrializado en general, más se podía aplicar a España, con un mayor atraso en los años 40 y 50 que el resto de occidente: en lo económico y también en lo político, ideológico, cultural, social, sindical, etcétera.

Destellos, pues, de color en una España gris. A veces amables, agradables, de alegría; pero a veces, también, y tristemente, conjuntos de colores para ilustrar una España rota por la intransigencia y el dolor, coja por la exclusión y la escasez, falseada por un mundo político, social, religioso y familiar en que ciertos valores se imponían por la fuerza a los de los demás.

Como característica más diferencial del cartel estaría la de intentar reflejar (sin intencionalidad, salvo los políticos) esa vida cotidiana que presenta, según su carácter: toros, cine, fiestas, ferias, productos comerciales...

Y, asimismo, los carteles comerciales (la mayoría de los que se incluyen en la exposición) hablan (y no sólo en los veinte años aquí contemplados) con ingenuidad, sin apenas retórica, con sencillez, con imágenes de gran fuerza y apenas texto (para hacerse comprensibles a una población mayormente iletrada), de la vida cotidiana del hombre de la calle, de la gente corriente, con el papel enormemente significativo que se dio en la época a la política, la religión, el hambre, los sucedáneos, las enfermedades y el papel subordinado (cuando no invisible) de la mujer.

De forma gráfica y muy clara, los anuncios y los carteles comerciales de la época más severa de la autarquía nos hablan de lo que se comía, cómo se vestía la gente, qué bebía, cuáles eran sus diversiones... Al final, y de modo sencillo, las imágenes nos permiten apreciar (y juzgar, si se quiere) el significado de una época de manera más precisa y más sencilla que muchos tratados de Historia (con mayúsculas).

Visto desde la perspectiva actual, con decenas de canales de televisión en color, revistas de magnífica impresión y niveles económicos y de vida elevados, puede resultar difícil de entender, pero para una gran mayoría de la población de aquellos años el cartel fue importante como medio de comunicación y muy apreciado como complemento estético.

En estos años de represión política, penuria económica, prohibiciones religiosas, costumbres e ideas sobre la mujer bastante discutibles; en estos años también en que esa atmósfera gris estaba hasta en la prensa, con su monótono blanco y negro, o en la radio, con el soniquete del obligatorio «parte» del «diario hablado» de Radio Nacional, el cartel fue modesto y lógico contrapunto de color de la existencia también gris, monótona y dura de una mayoría de españoles.

Con todo, no conviene confundir la importancia real de este color que se describe con la estética, pues tras la convulsión de los años 30, no sólo política (con los resultados temibles ya conocidos), sino intelectual y artística (el cartelismo de esta década fue y es reconocido hoy como un referente internacional), las décadas siguientes fueron de una pobreza expresiva que se correspondió con los demás campos de la vida española, explicable en este caso concreto por la represión, desaparición o huida de la mayoría de ilustradores y dibujantes tras el triunfo del Alzamiento Nacional.

Además de ello, y en consonancia con la nueva época de privaciones que empezaba, los anuncios de estos años van a centrarse en lo elemental, como alimentos, agricultura, licores, desinfectantes y medicamentos, sobre todo, existiendo un claro alejamiento de productos anteriores de mayor nivel de vida, (automóviles, perfumería, industria o cavas).

Tal vez el único aspecto algo positivo de esta época tiene que ver con la economía; se trata de un periodo que puede caracterizarse como de preindustrialización y que, luego, en los sesenta, se afianzaría y desarrollaría con evidente consistencia y logros espectaculares no exentos, también hay que decirlo, de derroche de recursos e ineficiencias productivas que llegaron hasta los años noventa.

En estas dos décadas, muy duras y terribles en todos los campos de la convivencia de España, se sentaron sin embargo las bases económicas del posterior desarrollo industrial que nos acercó al consumo de todo tipo, de electrodomésticos (frigorífico, lavadora, cocina, televisión), automóvil (SEAT 600), vacaciones o viviendas.

Pero estos anuncios ya aparecieron en televisión. No en carteles. Y ésa es también otra historia.

Lucha contra la
mortalidad infantil
SECCIÓN FEMENINA
DE F.E.T. y de las J.O.N.S.
MADRE
¡Cuida a tu hijo!
El porvenir de España
está en salvar su infancia

notas biobibliográficas

Susana Sueiro Seoane es profesora titular en el departamento de Historia Contemporánea de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). En la primera etapa de su trayectoria investigadora se especializó en la política exterior española del primer tercio del siglo XX y la acción de España como potencia colonial en el norte de África. Publicó sobre esos temas múltiples artículos y varios libros, entre ellos el titulado *España en el Mediterráneo. Primo de Rivera y la «cuestión marroquí» (1923-1930)*. Aunque sus principales trabajos se refieren al reinado de Alfonso XIII y la Dictadura de Primo de Rivera, más recientemente ha trabajado sobre el franquismo y sobre el periodo de la transición a la democracia en España, así como sobre aspectos teóricos y metodológicos de la historia contemporánea, y muy en concreto de la llamada historia del Tiempo Presente. Es coautora, junto con María Cruz Seoane, del libro *Una historia de El País y del Grupo Prisa. De una aventura incierta a una gran industria cultural* (Plaza y Janés, 2004).

Francisco Sevillano Calero, doctor en Historia, es profesor titular de Historia Contemporánea de la Universidad de Alicante. Ha publicado diversos artículos y estudios sobre la guerra civil y la dictadura franquista. Sus últimos libros publicados son *Propaganda y medios de comunicación en el franquismo* (Alicante, Publicaciones de la Universidad de Alicante, 1998), *Ecos de papel. La opinión de los españoles en la época de Franco* (Madrid, Biblioteca Nueva, 2000), *Exterminio. El terror con Franco* (Madrid, Oberon, 2004) y *«Rojos». La representación del enemigo en la guerra civil* (Madrid, Alianza Editorial, 2007). Es coeditor, asimismo, de la obra colectiva *El franquismo. Visiones y balances* (Alicante, Publicaciones de la Universidad de Alicante, 1999).

Javier Muñoz Soro es profesor en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid, y con anterioridad ha trabajado en las universidades de Groningen (Holanda), Cagliari (Italia) y UNED. Su principal línea de investigación se centra en la historia cultural y de la comunicación social en la España contemporánea, en particular durante el franquismo y la transición. Secretario de la revista *Historia del Presente*, es coeditor del libro *Culturas y políticas de la violencia. España siglo XX* (Madrid, Siete Mares, 2005) y de la monografía *Cuadernos para el Diálogo (1963-1976). Una historia cultural del segundo franquismo* (Madrid, Marcial Pons, 2006).

Ángela Cenarro es profesora de Historia Contemporánea en la Universidad de Zaragoza. Entre sus trabajos pueden destacarse la colaboración en el libro colectivo *El pasado oculto. Fascismo y violencia en Aragón, 1936-1939* (Madrid, Siglo XXI, 1992) y las monografías *El fin de la esperanza: fascismo y violencia en la provincia de Teruel, 1936-1939* (Instituto de Estudios Turolenses, 1996), *Cruzados y camisas azules. Los orígenes del franquismo en Aragón, 1936-1945* (Prensas Universitarias de Zaragoza, 1997) y *La sonrisa de Falange. Auxilio Social en la guerra civil y la posguerra* (Barcelona, Crítica, 2005).

Jordi Gracia (Barcelona, 1965), es profesor de literatura española en la Universidad de Barcelona y autor de numerosos estudios sobre la literatura española del siglo XX y de varios libros en torno a la historia intelectual de la España contemporánea, entre ellos *Estado y cultura. El despertar de una conciencia crítica bajo el franquismo* (Anagrama, 2006, 2ª edición revisada y actualizada) y, en colaboración con M. Á. Ruiz Carnicer, *La España de Franco. Cultura y vida cotidiana* (Síntesis, 2001). Obtuvo el premio Anagrama de Ensayo 2004 con *La resistencia silenciosa. Fascismo y cultura en España* y su último trabajo es la edición del libro *El valor de la disidencia. Epistolario inédito de Dionisio Ridruejo, 1933-1975*, en la editorial Planeta.

Carlos Velasco es profesor titular de Economía Aplicada en la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Coleccionista y estudioso del cartel publicitario en España entre 1870 y 1960.

Susana Sueiro **La Posguerra en imágenes** 13

1. ¡Arriba España! La revolución nacional-sindicalista 14

2. Olor a incienso. La España nacionalcatólica 61

3. Hombre, mujer y familia franquistas 83

4. Tiempo de escasez: hambre, frío y otras penurias de posguerra 113

5. El «piojo verde» y otros parásitos: insalubridad y enfermedades 139

6. Autarquía y otros inventos nacionales 167

7. Encuadramiento de «productores» y armonía de clases. El Sindicato Vertical 188

8. Estraperlo y nuevos ricos. La España pudiente se divierte 196

9. La cultura de la evasión y el entretenimiento 211

10. La apertura al exterior: americanización de la publicidad e inicios de la sociedad de consumo 235

11. Apéndice documental 265

Francisco Sevillano Calero **Política propagandística del «nuevo Estado»: El control de la «propaganda comercial»** 297

Javier Muñoz Soro **En el temor de Dios: nacionalcatolicismo y reconquista cristiana** 304

Ángela Cenarro **Retroceso legal, educación católica y socialización fascista: la construcción de la feminidad en el franquismo y reconquista cristiana** 310

Jordi Gracia **Consolar la mala vida** 316

Carlos Velasco **El color del cartel en una España gris** 322

Notas biobibliográficas 325

Índice 327